

**Perencaanaan Program Dakwah TVRI  
(Studi Tentang Program Indahnya Pagi)**

**Ferdiansyah Kurniawan**

**4715072248**



**Skripsi ini Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Mendapatkan Gelar  
Sarjana Agama.**

**JURUSAN ILMU AGAMA ISLAM  
FAKULTAS ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2012**

## **SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah in:

Nama : Ferdiansyah Kurniawan

No. Reg. : 4715072248

Judul Skripsi : Perencanaan Program Dakwah TVRI  
(Studi Tentang Program Indahnya Pagi)

Tanggal Penyelesaian : 26 Juli 2012

Menyatakan dengan sungguh-sungguhnya, bahwa karya ilmiah / skripsi yang saya tulis adalah murni karya orisinil saya. Semua teori dan konsep yang saya ambil dari penulis lain baik langsung maupun tidak langsung, di tulis sebagai kutipan.

Saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum apabila dikemudian hari terbukti bahwa karya ini adalah jiplakan / terjemahan / saduran karya orang lain.

Dikeluarkan di: Jakarta

Pada tanggal: 26 Juli 2012

Pembuat Pernyataan

Ferdiansyah Kurniawan

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil; kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik.*

*(Evelyn Underhill)*

*Kupersembahkan skripsi ini untuk  
Papa dan Mama tersayang dan tercinta..  
Yang selalu sabar membimbingku hingga dewasa  
Atas segala do'a, motivasi dan pengorbanan  
yang selalu menguatkan ku..  
Ardiansyah, Christina yulia, Rosaria Upami, Ridwansyah  
Motivasi dari kalian membuatku selalu kuat dan tersenyum..  
Ade Afrida yang selalu memberikan semangat  
dalam menyelesaikan skripsi ini..*

*TERIMA KASIH...*

*( Ferdiansyah Kurniawan )*

## ABSTRAK

Ferdiansyah Kurniawan, Perencanaan Program Dakwah TVRI (Studi Tentang Program Dakwah Indahnya Pagi). Program Komunikasi Penyiaran Islam, Jurusan Ilmu Agama Islam, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta tahun 2012.

Penelitian ini dilatarbelakangi Kecanggihan teknologi komunikasi televisi, juga turut serta mempengaruhi proses produksi suatu program acara, termasuk didalamnya kegiatan dakwah. Dengan mengetahui kelebihan televisi, maka alat tersebut dapat digunakan sebagai media dakwah, sebab sangat diharapkan bahwa dakwah yang dilakukan melalui siaran-siaran televisi dapat berjalan efektif dan efisien sebagai salah satu pola penyampaian informasi dan upaya transfer ilmu pengetahuan.

Penelitian ini adalah dengan metodologi kualitatif deskriptif, dan metode penelitian dengan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan di TVRI dengan tujuan mengaplikasikan konsep Teori perencanaan produksi program kemudian dikaitkan dengan analisis SWOT untuk mengetahui bagaimana proses produksi program dan mengetahui bagaimana kelebihan, kekurangan, peluang dan ancaman dan penelitian ini di fokuskan terhadap program Indahnya Pagi.

Hasil penelitian ini menggunakan analisis SWOT yaitu Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), Threats (ancaman) dalam program acara program acara Indahnya Pagi. Pada kekuatan (*Strengths*) dari dalam program ini adalah terdapat pada Dana yang di subsidi oleh Pemerintah, kemudian kelemahan (*Weaknesses*) yang dimiliki oleh program “indahnya pagi” yaitu dari sisi *SDM* yang tidak memadai dan tidak dalam bidangnya, kemudian Program “Indahnya Pagi” memiliki peluang (*Opportunities*) yang besar untuk tetap *eksist*, yaitu melalui ide yang *fresh* dan format program acara tersebut belum ada yang menggunakan di stasiun televisi lain, dan ancaman (*Threats*) untuk program “Indahnya pagi” adalah faktor ekstern yaitu pesan yang tidak sampai kepada pemirsa dirumah dikarenakan faktor alat yang kemungkinan rusak dan gangguan dari pemancar yang tidak dapat tertangkap oleh televisi pemirsa.

## ABSTRACT

Ferdiansyah Kurniawan, Program Planning TVRI Propaganda (Propagation Studies Program Indahnya Pagi). Islamic Broadcasting Communication Program, Department of Islamic Studies, Faculty of Social Sciences, State University of Jakarta in 2012.

This research is based television sophistication of communications technology, and also affect the production process of a program of events, including the missionary activities. By knowing the advantages of television, then the tool can be used as a medium for propaganda, for it was expected that the mission is done through television broadcasts can be run effectively and efficiently as one of the patterns of information delivery and knowledge transfer efforts.

This study is a qualitative descriptive methodology, and research methods using observation, interviews, and this is done in TVRI dokumentasi. Penelitian with the aim of applying the concept of theory of production planning and program associated with the SWOT analysis to figure out how to program the production process and find out how the excess, deficient , opportunities and threats and this research has focused on Indahnya Pagi program .

The results of this study using the SWOT analysis Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats in the event program Morning Beautiful programs. On the strength of the program are contained in the Fund is subsidized by the Government, and weakness owned by the program "Indahnya Pagi" from the human resource that is inadequate and not in the field, then the program "Indahnya Pagi" have opportunities are great to keep eksist, namely through fresh ideas and program formats the event is not no use in another television station, and threats for the program "Indahnya Pagi" is an external factor that is a message that is not up to the viewers at home on account of the possibility of equipment damage and disruption of transmitter that can not be caught by television viewers.

## الملخص

Ferdiansyah Kurniawan، برنامج التخطيط TVRI الدعاية (الدعوة صباح برنامج الدراسات جميل). الإسلامية برنامج الاتصالات البث، قسم الدراسات الإسلامية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة ولاية جاكرتا في عام 2012.

ويستند هذا البحث تطور تكنولوجيا الاتصالات، والتلفزيون، وتؤثر أيضا على عملية إنتاج برنامج للأحداث، بما في ذلك الأنشطة التبشيرية. من خلال معرفة مزايا التلفزيون، ومن ثم يمكن استخدام الأداة كوسيلة للدعاية، لكان من المتوقع أن يتم ذلك من خلال مهمة يمكن تشغيل البث التلفزيوني بفعالية وكفاءة واحدا من أنماط تقديم المعلومات وجهود نقل المعرفة.

هذه الدراسة هي منهجية نوعي وصفي، وطرق البحث باستخدام الملاحظة والمقابلات الشخصية، ويتم ذلك في TVRI dokumentasi.Penelitian بهدف تطبيق مفهوم نظرية تخطيط الإنتاج وبرنامج المرتبطة تحليل SWOT لمعرفة كيفية برمجة عملية الإنتاج، ومعرفة كيف يمكن لل، ناقص الزائدة والفرص والتهديدات والبحث هذه قد ركزت على برنامج صباح جميل.

نتائج هذه الدراسة باستخدام تحليل SWOT نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات في برامج حدث صباح برنامج جميل. تقوم بتقديم الدعم المالي وترد على قوة البرنامج في الصندوق من قبل الحكومة، والضعف التي يملكها برنامج "صباح جميل" من الموارد البشرية وهذا غير كاف وليس في الميدان، ثم في برنامج "صباح جميل" لديهم الفرص رائعة للحفاظ على eksist، أي من خلال أفكار جديدة وصيغ برنامج هذا الحدث ليست في أي استخدام آخر محطة تلفزيونية، والتهديدات لبرنامج "صباح جميل" هو عامل خارجي وهذا هو رسالة مفادها أن لا يصل إلى المشاهدين في المنزل على في الاعتبار احتمال حدوث تلف المعدات وتعطل جهاز الإرسال وهذا لا يمكن أن اشتعلت من قبل مشاهدي التلفزيون.

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan atas karunia dan kenikmatannya, terutama kepada penulis sehingga skripsi yang berjudul: ***“Perencanaan Program Dakwah TVRI (Study Tentang Program Indahnya Pagi)”***. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik dalam memperoleh gelar Sarjana Agama Di Jurusan Ilmu Agama Islam Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.

Dengan kerendahan hati, perkenankan saya selaku penulis mengucapkan terimakasih kepada segenap pihak yang telah memberi dorongan motivasi serta semangat kepada penulis sehingga skripsi ini terselesaikan. Penulis menyadari, tentunya dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan saran yang sangat berharga dari semua pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua yang sangat saya cinta “ Ayahanda H. Syahril Hamzah dan Ibunda Hj. Syofinar” yang telah memberikan begitu banyak pengorbanannya mencurahkan seluruh kasih sayangnya kepada penulis hingga saat ini, dan juga atas segala semangat dan do’a yang tidak pernah terputus untuk penulis serta selalu mendukung penulis tanpa lelah. Semoga Allah senantiasa memberikan ridhaNya atas segala pengorbanan yang tidak dapat dinilai dan dibalas oleh penulis. Serta kakak-kakak ku Ardiansyah Paramita, Christina Yulia, Rosaria Upami, dan Ridwansyah yang telah membimbing moral dan memberikan

banyak keceriaan dalam keseharian penulis untuk tetap semangat menyelesaikan skripsi ini.

2. Bapak Yusuf Ismail, M.A selaku dosen pembimbing I dan Bapak Syamsul Arifin, M.Si selaku dosen pembimbing II, dalam penulisan skripsi ini yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan agama kepada penulis sehingga memberikan wawasan yang luas dalam bersikap dan berperilaku serta memberikan waktu dan tenaga dalam mengarahkan, memotivasi dan meyakinkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada seluruh dosen-dosen dan staf yang terhormat di Jurusan Ilmu Agama Islam (Bapak Noor Rachmat, Bapak Chudlori Umar, Bapak Zaghlul Yusuf, Bapak Andi Hadiyanto, Bapak Fathurin Zein, Bapak Khusnul Arifin, Bapak Khairil Ihsan, Bapak Firdaus Wajdi, Ibu Sari Narulita, Ibu Rihlah Nur Auliya, Ibu Izzah, Bang Fauzan, Bang Indra) terima kasih banyak atas segala ilmu pengetahuan, nasihat kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Jurusan Ilmu Agama Islam. Begitu banyak pengetahuan yang telah penulis terima selama menjadi mahasiswa sehingga menjadi manfaat untuk kehidupan penulis dimasa yang akan datang.
4. Seluruh Staf Program Acara Indahnya Pagi yang sangat membantu penulis dalam proses penelitian skripsi ini, kepada Bapak Badriansyah (Executive Producer), Ibu Neneng R (Pengarah Acara), dan Bapak Tiambun S (Unit Manager) sebagai informan yang telah memberikan waktu serta kesempatannya kepada penulis untuk berwawancara.



5. Teman-teman di Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam : Ahmadi, Bayu, Reza, Ahfas , Fajar, Istiqlal, Faiz, Taufan, Tomo, dan lainnya. Kalianlah yang memberikan kesan yang tak terkira selama masa kuliah ,serta pengetahuan yang kalian berikan menjadi bekal untuk kehidupaku yang lebih baik dimasa yang akan datang.
6. Thanks a lot to my lovely Ade afrida, yang telah memberikan semangat, motivasi, perhatiannya dan yang pasti cintanya yang telah berjalan selama 5 tahun hingga saat ini.
7. Seluruh mahasiswa Jurusan Ilmu Agama Islam angkatan 2007 terima kasih untuk semua canda tawanya, pengalamannya selama menjadi mahasiswa bersama kalian di Jurusan Ilmu Agama Islam, semoga perjuangan dan cita-cita selama ini menjadi harapan yang terbaik.
8. Dan pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, namun tidak mengurangi rasa hormat juga terima kasih yang sebesar-besarnya demi mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis sangat menantikan masukan serta saran yang bersifat membangun agar penelitian ini lebih sempurna. Semoga karya ini bermanfaat,

Jakarta, 10 Juli 2012

Ferdiansyah K

## DAFTAR ISI

### LEMBAR JUDUL

SURAT PERNYATAAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATAPENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv

### BAB I – PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Pembatasan Masalah .....	4
D. Rumusan Masalah .....	4
E. Tujuan Penelitian .....	5
F. Manfaat Penelitian .....	5
G. Metodologi Penelitian .....	6
H. Sistematika Penulisan.....	11

### BAB II – LANDASAN TEORITIS

A. Komunikasi Massa.....	13
--------------------------	----

1. Definisi Komunikasi Massa .....	13
2. Karakteristik Komunikasi Massa.....	15
3. Fungsi Komunikasi Massa.....	17
 B. Media Massa.....	20
1. Pengertian Media Massa .....	20
2. Karakteristik Media Massa .....	20
 C. Televisi.....	21
1. Definisi Televisi.....	21
2. Sejarah Singkat Televisi.....	22
3. Perkembangan Televisi di Indonesia.....	22
4. Karakteristik Televisi.....	24
5. Fungsi Televisi.....	25
6. Tahapan Produksi Program Televisi .....	27
 D. Dakwah Melalui Media Televisi.....	28
1. Definisi Dakwah.....	28
2. Unsur Dakwah.....	29

### **BAB III – PERENCANAAN PROGRAM DAKWAH TVRI**

A. Deskripsi Situasi Tempat Penelitian.....	36
1. Sejarah TVRI.....	36
2. Perkembangan TVRI.....	38
3. Visi dan Misi TVRI.....	42
4. Nilai Dasar, Posisi TVRI, dan Muatan Siaran.....	42

5. Logo dan Makna Logo TVRI.....	44
B. Program Acara Indahnya Pagi.....	45
C. Perencanaan Program Indahnya Pagi .....	50
1. Pra Produksi. ....	52
2. Produksi.....	61
3. Paska Produksi.....	63
D. Analisis SWOT Perencanaan Program Dakwah Indahnya Pagi .....	64
 <b>BAB IV – PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	68
B. Saran .....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71
 <b>LAMPIRAN</b>	
 <b>RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR GAMBAR

a. Gambar1.....	44
-----------------	----

## DAFTAR TABEL

a. Tabel 1.....	10
b. Tabel 2.....	46
c. Tabel 3.....	64

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Keterangan Penelitian dari Universitas Negeri Jakarta
2. Surat Penelitian dari Pihak Humas TVRI
3. Surat Permohonan Penelitian Dari Satuan Kerja Produksi Program
4. Lembar Wawancara Narasumber
5. Pertanyaan wawancara
6. Draft Pola Operasional TVRI Bulan Juni 2012
7. Pola Operasional TVRI tanggal 18-24 Juni 2012
8. Tv Program Type januari tahun 2004
9. Foto Executive Producer Indahnya Pagi Bapak Badriansyah
10. Foto Peneliti bersama Bapak Badriansyah selaku Executive Producer
11. Foto Dewan Direksi TVRI masa jabatan 2011-2016
12. Foto Dewan Pengawas TVRI masa jabatan 2012-2017

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Televisi sebagai bagian dari kebudayaan audiovisual baru merupakan salah satu media massa yang paling kuat pengaruhnya dalam pembentukan sikap dan kepribadian seseorang secara luas. Televisi mampu menekan pesan secara efektif dengan memusatkan pandangan pemirsa melalui ilustrasi visual, tata gerak, warna dan berbagai bunyi atau suara. Tidak mengherankan televisi memiliki daya tarik luar biasa jika sajian program acara dapat menyesuaikan dengan karakter televisi dan pemirsa yang terpengaruh oleh televisi.<sup>1</sup> Program acara pada setiap stasiun televisi swasta tidak akan dapat hidup tanpa adanya loyalitas pemirsa dan iklan. Program-program acara tersebut harus memiliki strategi kreatif dalam pemenuhan tujuan dan sasaran yang dimiliki. Ditambah lagi kompetisi program acara antara stasiun televisi swasta di Indonesia yang semakin gencar dalam meraih keuntungan iklan, meningkatkan dan mempertahankan pemirsanya.

Kehadiran stasiun televisi sebagai bagian dari media informasi publik tidak bisa dipungkiri memberi pengaruh yang sangat luas terhadap pembangunan karakter bangsa. Berdasarkan survey BPS tentang aksesibilitas penduduk Indonesia berumur sepeuluh tahun ke atas terhadap, media massa radio, televisi dan surat kabar, secara prosentase adalah: televisi 78, 22 persen, radio 59, 17 persen, surat kabar 22, 83

---

<sup>1</sup> Fred Wibowo, *Dasar-Dasar Produksi Program Televisi* (Jakarta: PT. Grasindo, 1997), hal.



persen. Hal ini berarti acara televisi mempengaruhi sebagian besar warga Negara Indonesia.

Tidak dipungkiri, televisi merupakan media massa yang sangat populer di tengah masyarakat. Ia ada hampir di setiap tempat-tempat umum, kantor, rumah bahkan kamar. Oleh karena itu setiap informasi yang disampaikan melalui media televisi akan sangat mudah sampai ketengah kalangan masyarakat. demikian juga pula yang disampaikan melalui televisi adalah pesan-pesan dakwah atau tabligh maka dengan cepat tersosialisasikan.

Kecanggihan teknologi komunikasi televisi, juga turut serta mempengaruhi proses produksi suatu program acara, termasuk didalamnya kegiatan dakwah. Dengan mengetahui kelebihan televisi, maka alat tersebut dapat digunakan sebagai media dakwah, sebab sangat diharapkan bahwa dakwah yang dilakukan melalui siaran-siaran televisi dapat berjalan efektif dan efisien sebagai salah satu pola penyampaian informasi dan upaya transfer ilmu pengetahuan.<sup>1</sup>

Peneliti tertarik untuk meneliti program acara *Indahnya Pagi* di TVRI. selain Memberikan informasi tentang etika dan perilaku yang baik juga. Untuk mencapai tujuan dari program acara tersebut, media TVRI harus mempunyai suatu perencanaan yang baik. Suatu perencanaan harus benar-benar direncanakan dengan baik oleh seorang *produser* sehingga program acara yang dihasilkan dapat menarik perhatian *audien*.

---

<sup>1</sup> M. Bakhti Ghazali, *Dakwah Komunikatif : Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah* ( Jakarta : CV. Pedoman Ilmu Jaya, 1997) hal. 33

Problem realitasnya adalah tayangan televisi yang ada sekarang bisa dikatakan lebih mendahulukan hiburan (*full entertaint*) daripada pesan programnya, terlebih hiburan yang ditayangkan lebih bersifat bebas nilai, tidak terlalu mengindahkan aspek moral, budaya, agama dan pendidikan tetapi tidak pada TVRI. Karena sesuai dengan misinya. Salah satu misi TVRI adalah Memberikan informasi yang terpercaya, mencerdaskan serta menyajikan hiburan bermutu bagi masyarakat. Dengan disiarkan program acara Indahnya Pagi di TVRI, diharapkan media tersebut dapat mewujudkan dan menjalankan misinya dengan suatu perencanaan program yang baik dan sesuai dengan kriteria.

Berdasarkan fenomena-fenomena tersebut diatas, timbul pertanyaan dari dalam diri penulis tentang bagaimana cara *produser* Indahnya Pagi di TVRI melakukan perencanaan program acaranya. Dan bagaimana kekuatan yang dimiliki TVRI untuk menjalankan program tersebut, kemudian apa saja yang hambatan dalam produksi program Indahnya Pagi, serta bagaimana peluang TVRI untuk lebih bisa mengemas program acara tersebut agar lebih menarik, dan yang terpenting hal apa yang dapat mengancam jalannya program tersebut.

## **B. Identifikasi Masalah**

Perencanaan program acara di televisi menjadi pegangan penting bagi setiap pemimpin dan pelaksana untuk menghasilkan acara yang baik. Dengan perencanaan dapat dipersatukan kesamaan pandangan, sikap dan tindakan dalam pelaksanaan di lapangan. Adapun masalah-masalah penelitian yang diidentifikasi ada dalam proses perencanaan program dakwah di televisi antara lain:

1. proses perencanaan program dakwah di televisi.
2. yang mempengaruhi orientasi program dakwah di televisi sebagai media penyampai pesan atau sebagai acara penghasil iklan.
3. respon masyarakat terhadap program dakwah di saat ini.
4. Efektivitas program dakwah di televisi dalam meningkatkan moralitas masyarakat.
5. Besar keterkaitan program dakwah TVRI dengan ideologi yang dimiliki oleh TVRI itu sendiri.

### **C. Pembatasan Masalah**

Dari berbagai masalah penelitian yang telah diidentifikasi di atas maka untuk lebih memfokuskan objek penelitian, peneliti membatasi pada *bagaimana proses perencanaan program dakwah di televisi*.

### **D. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian ini adalah “*Bagaimana proses perencanaan dakwah di TVRI?*” maka untuk membantu menjawab rumusan masalah tersebut peneliti telah merinci beberapa pertanyaan yang dianggap penting untuk membantu menjawab pertanyaan besar dari rumusan masalah, antara lain yaitu:

1. Bagaimana perencanaan produksi program *Indahnya Pagi* di TVRI yang terkait dengan tahapan perencanaan produksi program mulai dari perencanaan pesan, komunikator, khalayak, sarana, biaya dan organisasi pelaksana produksi?

2. Apa yang melatarbelakangi TVRI memproduksi program Indahnya Pagi?
3. Apa kelebihan dan kekurangan terkait dalam perencanaan program acara Indahnya Pagi dengan analisis SWOT?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Penelitian perencanaan program dakwah ini bertujuan untuk mendeskripsikan serta menganalisis perencanaan program Indahnya Pagi di TVRI. Artinya dengan penelitian ini peneliti mencari data bagaimana proses perencanaan program dakwah di TVRI itu dibuat dengan dianalisis menggunakan konsep perencanaan produksi program televisi

#### **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini mencoba mengaplikasikan dan mengembangkan Konsep Perencanaan Produksi Program Televisi terhadap program acara dakwah di televisi serta mengetahui efek dari program tersebut serta memberikan masukan bagi pengembangan ilmu komunikasi. Diharapkan dengan penelitian ini diharapkan mampu menjadi bekal ilmu serta memberikan gambaran kepada masyarakat tentang perencanaan program acara Indahnya Pagi di TVRI

Memberikan kontribusi bagi program dakwah di TVRI agar dapat merencanakan program dakwahnya secara efektif dan efisien serta menghasilkan program dakwah yang bermutu mampu meningkatkan moralitas masyarakat. Kemudian dalam ranah akademis penelitian kali ini memberikan kontribusi bagi

peneliti lain yang membahas permasalahan yang sama baik dalam tataran teoritis maupun metodologis.

## **G. Metodologi penelitian**

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan metode deskriptif. Metode deskriptif adalah penelitian yang menerangkan atau menggambarkan peristiwa yang terjadi pada subjek penelitian pada masa sekarang, kemudian dijelaskan, dianalisa, dan disajikan sedemikian rupa sehingga menjadi gambaran yang sistematis.<sup>2</sup> Dalam penelitian ini data dianalisis secara deskriptif dengan langkah-langkah analisis data sebagai berikut:<sup>3</sup>

### **1. Teknik Pengumpulan Data**

#### **a. Riset Lapangan**

Untuk mengumpulkan data melalui riset lapangan peneliti akan menggunakan teknik triangulasi. Teknik triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan data dari berbagai teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara dan dokumenter dari sumber data yang telah ada. Tujuan pengumpulan data dengan teknik triangulasi ini adalah selain untuk mengumpulkan data peneliti sekaligus menguji kredibilitas data. Traingualsi dalam penelitian ini merupakan gabungan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumenter.

---

<sup>2</sup> Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2004) Cet ke-6, h. 35

<sup>3</sup> Nasution S. *metode penelitian kualitatif*, Tarsito, Bandung. 1992, h. 14

### b. Observasi

Observasi merupakan sesuatu yang pasti ada dalam setiap penelitian, manfaat observasi dalam penelitian akan mampu memahami konteks data dalam keseluruhan situasi sosial, jadi dapat diperoleh pandangan yang menyeluruh, dari observasi pula peneliti akan mendapat pengalaman langsung.

Objek observasi dalam penelitian ini berkaitan dengan tempat, orang (aktor) dan aktivitas. Macam observasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah observasi terus terang atau samar-samar. Dalam hal ini peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data bahwa sedang melakukan penelitian. Hal ini bertujuan agar sumber data mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktifitas peneliti.<sup>4</sup>

### c. Wawancara

Wawancara sebagai teknik pengumpulan data dilakukan jika peneliti menginginkan data berupa ungkapan langsung, dari nara sumber atau informan. Hamidi dalam bukunya *metodologi penelitian dan komunikasi* mendefinisikan wawancara sebagai suatu kegiatan yang dilakukan jika peneliti menginginkan data berupa cerita rinci dan bahasa hasil konstruksi dari para responden, misalnya tentang pengetahuan, pengalaman, pendapat, dan pandangan hidup.<sup>5</sup>

Bentuk wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur, wawancara semi berstruktur ini sudah termasuk dalam kategori *in-*

---

<sup>4</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 228.

<sup>5</sup> Hamidi, (*Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*), Malang: UMM Press, 2007), h. 140.

*dept interview*, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur namun tetap memakai pedoman wawancara, pedoman wawancara merupakan pertanyaan khusus yang disesuaikan dengan rumusan masalah pada penelitian ini. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka. Sedangkan informan untuk sumber data wawancara sudah ditentukan, antara lain yaitu;

- 1) Presenter
- 2) Tim produksi
- 3) Narasumber

d. Dokumentasi

Dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data biasa berupa tulisan, gambar dan foto, atau karya-karya monumental dari seseorang. Data dokumentasi diperlukan karena hasil dari penelitian observasi dan wawancara akan lebih kredibel dan dapat dipercaya jika didukung oleh data dokumenternya.

Dalam kaitanya dengan penelitian ini, teknik pengumpulan data melalui dokumen biasa berupa lembaran-lembaran hasil wawancara dan observasi, foto tentang kegiatan pelaksanaan perencanaan program serta foto tentang sarana yang dipakai dalam perencanaan program.

## **2. Reduksi Data**

Reduksi data yaitu proses pemilahan dan pemusatan data-data yang relevan dengan masalah penelitian. Reduksi data dilakukan dengan cara membuat ringkasan, mengkode data, dan membuat gugus-gugus. Proses transformasi ini akan berlangsung terus hingga laporan tersusun lengkap.

### 3. Analisis SWOT sebagai Teknik analisis data

Analisis SWOT adalah mengaji sebuah kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman terhadap organisasi, dalam hal ini adalah stasiun televisi.<sup>6</sup> Kekuatan dan kelemahan itu berada pada lingkungan internal, sedangkan peluang dan ancaman berasal dari lingkungan eksternal.

Hasil dari analisis SWOT ini bisa memetakan posisi organisasi di antara organisasi serupa atau dalam lingkungan organisasi secara keseluruhan. Analisis SWOT dilakukan untuk melihat apa dan bagaimana kekuatan dan kelemahan yang dimiliki serta bagaimana peluang dan ancaman yang berasal dari luar.

Dalam membuat rancangan program, terlebih dahulu tetapkanlah tujuan yang hendak dicapai. Tujuan yang baik adalah tujuan yang bisa dicapai, realistis dan terukur. Bila tujuan telah ditetapkan, maka langkah berikutnya adalah menetapkan siapa khalayak program tersebut. Langkah berikutnya menyusun strategi yang dipergunakan untuk menjangkau khalayak sasaran, guna mewujudkan tujuan yang hendak dicapai dalam program.

Menurut Freddy Rangkuti, analisis SWOT adalah identifikasi dari berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan ( Strength ) dan peluang

---

<sup>6</sup> Yosai Iriantara, *Media Relations: Konsep, Pendekatan, Dan Praktik*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2005), h. 50



(Opportunities), namun secara bersamaan dapat juga meminimalkan kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats).<sup>7</sup>

Berikut adalah cara sederhana yang dapat dilakukan dalam menerapkan analisis SWOT adalah:

- a. Melihat kekuatan (*Strengths*) sesuatu yang dimiliki pada stasiun televisi dalam hal ini program acara tersebut.
- b. Melihat kelemahan (*Weaknesses*) segala sesuatu yang dimiliki agar stasiun beserta tim produksi tidak memaksakan diri melakukan usaha yang sebenarnya tidak dapat dilakukan karena kita memiliki kekurangan yang tertentu.
- c. Melihat peluang (*Opportunities*)

Adanya kesempatan yang dapat dimanfaatkan dan memberikan keuntungan.

- d. Melihat ancaman (*Threats*) terhadap usaha-usaha yang beresiko tinggi melihat siklus yang pendek dan tidak teratur. Terlebih pesaing-pesaing kita yang memiliki kemampuan lebih dari kita.

Tabel I Skema Analisis SWOT

ANALISIS SWOT	
FOKUS INTERNAL	<b>KEKUATAN</b> <i>Apa yang dilakukan dengan baik?</i>
	<b>KELEMAHAN</b> <i>Apa yang salah sekarang?</i>
FOKUS EXTERNAL	<b>PELUANG</b> <i>Kemungkinan apa yang ada?</i>
	<b>ANCAMAN</b> <i>Apa yang dapat menjadi salah?</i>

<sup>7</sup> Freddy Rangkuti, *The Power Of Brand tehnik mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*, (Jakarta : Gramedia, 2004), h. 26

#### **4. Penyajian Data**

Penyajian data yaitu tahapan penggambaran fenomena sesuai dengan data yang telah direduksi.

#### **5. Kesimpulan**

Kesimpulan yaitu penarikan point-point penting yang menjadi pokok pemikiran terhadap apa yang diteliti.

### **H. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi merupakan hal yang sangat penting karena mempunyai fungsi untuk menyatakan garis-garis besar dari masing-masing bab yang saling berkaitan dan berurutan. Hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi kekeliruan dalam penyusunannya, sehingga terhindar dari kesalahan ketika penyajian pembahasan masalah.

Berdasarkan penelitian tentang “Proses Perencanaan Program Dakwah TVRI : Studi Tentang Program Siaran Indahnya Pagi.” Penulis dibawah ini memaparkan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. Bab I sebagai pintu gerbang pembuka dalam pembahasan skripsi ini, sekaligus sebagai pendahuluan, di sini akan diuraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan permasalahan, tujuan dan manfaat penulisan, metodologi penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

2. Bab II sebagai landasan teoritis yang terdiri dari komunikasi massa, konsep perencanaan program televisi. dapat dipergunakan sebagai alat pembantu baik pengukuran maupun tahapan yang harus dianalisa.
3. Bab III sebagai hasil penelitian terdiri dari deskripsi situasi tempat penelitian sebagai gambaran dari observasi, situasi tempat penelitian, perencanaan program dakwah Indahnya Pagi, analisis swot terhadap program `Indahnya Pagi.
4. Bab IV sebagai penutup peneliti menuliskan kesimpulan dari hasil penelitian serta saran-saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap proses perencanaan program dakwah Indahnya Pagi.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Komunikasi Massa

##### 1. Definisi Komunikasi Massa

Komunikasi massa diadopsi dari istilah Bahasa Inggris, *Mass Media Communication* (Komunikasi Massa). Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang *Mass Mediated*. Istilah *Mass communication* dapat diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa (*Mass Media*) sebagai kependekan dari *media of massa*.<sup>1</sup> Bentuk media masa dapat berupa cetak (Surat Kabar, Majalah) atau elektronik (radio, televisi) yang dikelola oleh suatu lembaga, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, *anonim* dan *heterogen*. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara tepat, serentak dan selintas (khususnya media elektronik).<sup>2</sup>

Komunikasi massa adalah “studi ilmiah tentang media massa beserta pesan yang dihasilkan, pembaca, pendengar, penonton yang akan dicoba diraihinya, dan efeknya terhadap mereka.”<sup>3</sup>

Menurut Gerbner (1967), seorang ahli komunikasi, “*Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*”<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta : PT. Grasindo, 2004), hal. 69

<sup>2</sup> Dedy Mulyana, *metode penelitian kualitatif*, (Bandung : Rosdakarya, 2002), hal. 75

<sup>3</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2007), h. 2

<sup>4</sup> J Rakhmat, *psikologi komunikasi*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2003), h. 188

Gerbner berpendapat bahwa komunikasi massa adalah suatu produksi dan distribusi pesan yang terus menerus dalam masyarakat industri yang berlandaskan teknologi dan lembaga.

Joseph Devito seperti dikutip oleh Nurudin, memberikan definisi yang lebih detail tentang komunikasi massa. *"First, mass communication is communication addressed to masses, to an extremely large society. This does not mean that the audience include all people or everyone who reads or everyone who watches television; rather it means an audience that is large and generally rather poorly defined. Second, mass communication is communication mediated by audio and or visual transmitter. Mass communication is perhaps most easily and most logically defined by its; television, radio, newspaper, magazines, films, books, tapes"*<sup>1</sup>

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi massa merupakan komunikasi yang ditujukan kepada khalayak yang sangat banyak, atau biasa disebut massa. Tapi ini tidak berarti bahwa massa yang dimaksud adalah orang-orang yang menonton televisi atau membaca koran, melainkan berarti masyarakat yang besar dan umumnya agak kurang jelas. Lalu disebutkan juga bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar audio dan visual. Komunikasi mungkin akan lebih mudah dimengerti apabila didefinisikan dengan media penunjangnya, seperti televisi, radio, koran, majalah, buku, dan film.

Komunikasi Massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal,

---

<sup>1</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2007), h. 11-12

berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen dan menimbulkan efek.<sup>2</sup>

## **2. Karakteristik komunikasi massa**

Berdasarkan definisi-definisi yang ada dari para ahli komunikasi, sebenarnya komunikasi massa memiliki prinsip yang sama yaitu berdasarkan karakteristiknya. Karakteristik dari komunikasi massa antara lain :

### **a. Komunikator Terlembagakan**

Dalam komunikasi massa terlihat bahwa komunikatornya bukan hanya satu orang tetapi kumpulan orang. Artinya, gabungan antar berbagai macam unsur yang tergabung dan bekerja satu sama lain dalam sebuah lembaga. Komunikator dalam komunikasi massa merupakan lembaga karena elemen komunikasi massa adalah media massa yang hanya bisa muncul karena gabungan kerjasama dengan beberapa orang<sup>3</sup>.

### **b. Pesan Bersifat Umum**

Pesan yang disampaikan dalam komunikasi massa tidak hanya ditujukan pada sekelompok orang saja melainkan kepada semua orang. Oleh karena itu pesan yang disampaikan harus bersifat umum. Pesan dapat berupa fakta peristiwa atau opini.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Elvinaro Ardianto dan Lukiati Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung : Rosdakarya, 2004), hal. 3

<sup>3</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2007), h. 19

<sup>4</sup> Elvinaro Ardianto Lukiati Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2004), h. 8

c. Komunikannya Anonim atau Heterogen

Artinya dalam komunikasi massa komunikannya terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang dapat digolongkan dalam kelompok usia, jenis kelamin, pendidikan, latar belakang budaya, agama, dan tingkatan ekonomi.<sup>5</sup>

d. Media Massa Menimbulkan Keserampakan

Salah satu kelebihan komunikasi massa adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapai relatif banyak dan tidak terbatas, tetapi pesan yang disampaikan dapat diterima secara serempak pada waktu yang bersamaan.<sup>6</sup>

e. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Salah satu kelebihan komunikasi massa adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapai relatif banyak dan tidak terbatas, tetapi pesan yang disampaikan dapat diterima secara serempak pada waktu yang bersamaan.<sup>7</sup>

f. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah.

Karena melalui media massa, komunikator dan komunikantidak dapat melakukan kontak langsung, komunikator menyampaikan pesan dan komunikan menerima namun tidak dapat melakukan dialog secara langsung.<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup> Elvinaro Ardianto Lukiati Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2004), h. 15

<sup>6</sup> Elvinaro Ardianto Lukiati Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2004), h. 10

<sup>7</sup> Elvinaro Ardianto Lukiati Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2004), h. 10

<sup>8</sup> Elvinaro Ardianto Lukiati Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2004), h. 11

g. Stimulasi Alat Indra Terbatas.

Ciri komunikasi massa lainnya yang dapat dianggap salah satu kelemahannya, adalah stimulasi alat indra yang terbatas. Jika dalam komunikasi intrapersonal, seluruh alat indra pelaku komunikasi, komunikator, dan komunikan, dapat digunakan secara maksimal. Sedangkan dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Misalnya pada surat kabar, pembaca hanya melihat, pada radio hanya mendengar, dan pada media televisi dan film menggunakan indra penglihatan dan pendengaran.

h. Umpan Balik Tertunda (*Delayed*), dan Tidak Langsung (*indirect*)

Komponen umpan balik atau feedback merupakan faktor penting dalam proses komunikasi apapun. Efektivitas komunikasi seringkali dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan. Dalam proses komunikasi massa, umpan balik bersifat tidak langsung (*indirect*), dan tertunda (*delayed*), artinya, komunikator komunikasi massa tidak dapat segera mengetahui reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya.

### 3. Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick (2001) terdiri dari.<sup>9</sup>

a. *Surveillance* (Pengawasan)

Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama: (a) *warning of beware surveillance* (pengawasan peringatan); (b) *instrumental surveillance* (pengawasan instrumental).

---

<sup>9</sup> Ardianto Elvinaro, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2004), h. 15-18



Fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan sebuah informasi yang bersifat ‘ancaman’, seperti ancaman dari bencana alam, inflasi atau serangan militer. Kendati banyak informasi yang menjadi peringatan atau ancaman serius bagi masyarakat yang dimuat oleh media, banyak pula orang yang tidak mengetahui tentang ancaman itu.

Fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Berita tentang film apa yang sedang dimainkan di bioskop, bagaimana harga-harga saham di bursa efek, produk-produk baru, ide tentang mode, dan lain sebagainya.

b. *Interpretation* ( penafsiran)

Fungsi penafsiran hampir mirip dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Contoh nyata penafsiran media dapat dilihat pada halaman tajuk rencana (*editorial*) surat kabar. Penafsiran ini berbentuk opini, yang ditujukan kepada khalayak pembaca, serta dilengkapi perspektif (sudut pandang), terhadap berita yang disajikan pada halaman lainnya.

Tujuan penafsiran adalah agar media dapat mengajak para pembaca atau pemirsanya untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi intrapersonal atau kelompok.

c. *Linkage* (pertalian)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

d. *Transmission of Values* (Penyebaran Nilai-nilai)

Fungsi penyebaran nilai disebut juga *socialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca.

Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain, media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapkan untuk menirunya. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa banyak remaja belajar tentang perilaku berpacaran dari menonton film dan acara televisi.

Di antara semua media massa, televisi lah yang sangat berpotensi untuk memunculkan sosialisasi (penyebaran nilai-nilai) pada anak muda, terutama anak-anak yang telah melampaui usia 16 tahun, yang banyak menghabiskan waktunya untuk menonton televisi dibanding kegiatan lainnya.

e. *Entertainment* (Hiburan)

Sulit dibantah lagi bahwa pada kenyataannya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Televisi adalah media massa yang mengutamakan sajian hiburan. Hampir tiga perempat bentuk siaran televisi setiap harinya merupakan tayangan hiburan. Begitu pun radio, siarannya banyak memuat acara hiburan. Memang ada beberapa stasiun televisi dan radio yang lebih mengutamakan tayangan

berita. Demikian pula halnya dengan majalah. Tetapi, ada pula beberapa media massa yang mengutamakan berita.

Melalui berbagai macam program acara yang ditayangkan televisi, khalayak dapat memperoleh hiburan yang dikehendaknya. Begitu juga dengan media massa lainnya yang memberikan hiburan dengan cara media massa itu sendiri.

## **B. Media Massa**

### **1. Definisi Media Massa**

Menurut Cangara, media adalah sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan definisi media massa sendiri adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.<sup>10</sup>

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bila media massa merupakan media yang digunakan dalam penyampaian pesan dari komunikator kepada khalayak yang berjumlah besar secara serempak.

### **2. Karakteristik Media Massa**

Karakteristik dari media massa itu sendiri antara lain:<sup>11</sup>

#### **a. Bersifat Melembaga**

Pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang yakni mulai dari proses pengumpulan, pengelolaan, sampai dengan penyajian informasi.

---

<sup>10</sup> Hafied cangara, *pengantar ilmu komunikasi*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2003), h. 134

<sup>11</sup> Hafied cangara, *pengantar ilmu komunikasi*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2003), h. 134

b. Bersifat Satu Arah

Komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Apabila terjadi umpan balik hal itu pun akan terjadi tertunda.

c. Meluas dan Serempak

Dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak karena media memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada waktu yang sama.

d. Peralatan Teknis

Memakai peralatan teknis atau mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan sebagainya.

e. Bersifat Terbuka

Dapat diterima oleh siapa saja dan di mana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin dan suku bangsa.

## C. Televisi

### 1. Definisi Televisi

Televisi merupakan sebuah media telekomunikasi terkenal sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu yang monokrom ("hitam putih") maupun warna. "Kata "televisi" merupakan gabungan dari kata *tele* ("jauh") dari bahasa Yunani dan *visio* ("penglihatan") dari bahasa Latin. Sehingga televisi dapat diartikan sebagai telekomunikasi yang dapat dilihat dari jarak jauh.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> <http://id.wikipedia.org/wiki/Televisi>

## 2. Sejarah Singkat Televisi

Sebagaimana radio siaran, penemuan televisi telah melalui berbagai eksperimen yang dilakukan oleh para ilmuwan akhir abad 19 dengan dasar penelitian yang dilakukan oleh James Clark Maxwell dan Heinrich Hertz, serta penemuan Marconi pada tahun 1890. Paul Nipkow dan William Jenkins melalui eksperimennya menemukan metode pengiriman gambar melalui kabel.

Televisi sebagai pesawat transmisi dimulai pada tahun 1925 dengan menggunakan metode mekanikal dari Jenkins. Pada tahun 1929 *General Electric Company* mulai menyelenggarakan acara siaran televisi secara reguler. Pada tahun 1939 presiden Franklin D. Roosevelt tampil di layar televisi. Sedangkan siaran televisi komersial di Amerika dimulai pada 1 September 1940.

## 3. Perkembangan Televisi di Indonesia

Kegiatan penyiaran melalui media televisi di Indonesia dimulai pada tanggal 24 agustus 1962, bertepatan dengan dilangsungkannya pembukaan Pesta Olahraga se-Asia IV atau Asean Games di Senayan. Sejak itu pula Televisi Republik Indonesia yang disingkat TVRI dipergunakan sebagai panggilan stasiun (*station call*) hingga sekarang.<sup>13</sup>

Selama tahun 1962 – 1963 TVRI berada diudara rata-rata satu jam sehari dengan segala kesederhanannya. Sejalan dengan kepentingan pemerintah dan keinginan rakyat Indonesia yang tersebar di berbagai wilayah agar dapat menerima

---

<sup>13</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*, (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 1993), h. 54

siaran televisi, maka pada tanggal 16 Agustus 1976 Presiden Soeharto meresmikan penggunaan satelit Palapa untuk telekomunikasi dan siaran televisi.

Sejak berlakunya UU no.32 tahun 2002 tentang Penyiaran, izin penyelenggaraan siaran televisi yang dikeluarkan hanyalah untuk siaran televisi lokal. Stasiun televisi yang ingin melakukan siaran regional atau nasional harus melakukan siaran jaringan antar beberapa stasiun televisi lokal. Televisi swasta di Indonesia diantaranya Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) yang bersifat komersial. Dan Secara berurutan berdiri stasiun televisi lain seperti, Surya Citra Televisi (SCTV), Televisi Pendidikan Indonesia (TPI), Andalas Televisi (ANTV), Indosiar, TV7, Metro TV, Trans TV, Trans 7, Global TV dan TV One. Diikuti dengan berkembangnya TV lokal yang cukup banyak dan beragam seperti Bandung TV, Jak TV, Bali TV, dan sebagainya.

Catatan penting untuk media elektronik saat ini, regulasi terhadap media tersebut tidak bertumpu pada pemerintah saja, melainkan kepada masyarakat melalui dibentuknya Komite Penyiaran Indonesia (KPI). Tugas KPI adalah: (a) menata infrastruktur penyiaran dengan mengeluarkan izin penyelenggaraan penyiaran; (b) melayani pengaduan masyarakat dalam bidang penyiaran dengan mengacu pada Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). Lembaga-lembaga siaran yang dilayani oleh KPI adalah lembaga siaran swasta, lembaga siaran politik, lembaga siaran berlangganan, dan lembaga siaran komunitas.

#### 4. Karakteristik Televisi

Media elektronik televisi memiliki 3 karakteristik, yaitu :<sup>14</sup>

a. Audio Visual

Televisi memiliki kelebihan, yakni dapat didengar sekaligus dapat dilihat (*audiovisual*). Jadi, apabila khalayak radio siaran hanya menggunakan pendengaran, maka khalayak televisi dapat melihat gambar yang bergerak, mendengar kata-kata, musik dan efek suara lainnya. Antara suara satu dan gambar satu harus ada keharmonisan.

b. Berpikir Dalam Gambar

1) Visualisasi (*Visualization*) yakni menerjemahkan kata-kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual. Dalam proses visualisasi, pengarah acara harus berusaha menunjukkan objek-objek tertentu menjadi gambar yang jelas dan menyajikannya sedemikian rupa, sehingga menjadi suatu makna. Objek tersebut bisa manusia, benda, kegiatan dan lain sebagainya.<sup>15</sup>

2) Pikturisasi (*Picturization*) yakni, kegiatan merangkai gambargambar individual sedemikian rupa, sehingga kontinuitasnya mengandung makna tertentu. Misalnya pikturisasi tentang proses metamorphosis dari ulat menjadi kupu-kupu. Dalam proses pengambilan gambar ini ada gerakan kamera agar menghasilkan gambar sangat besar (*big close*

---

<sup>14</sup> Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2004), h. 128-130

<sup>15</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*, (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 1993), h. 96

*up*), gambar diambil dari jarak dekat (*close up*), secara menyamping (*panning*), dari atas ke bawah (*tilting*), dan lain sebagainya.

### 3) Pengoperasian Lebih Kompleks

Dibandingkan dengan radio, pengoperasian televisi siaran lebih kompleks, dan lebih banyak melibatkan orang. Peralatan yang digunakannya pun lebih banyak dan untuk pengoperasiannya lebih rumit dan harus dilakukan oleh orang-orang yang terampil dan terlatih. Dengan demikian media televisi lebih mahal daripada surat kabar, majalah dan radio.

## 5. Fungsi Televisi

Fungsi televisi, yaitu :<sup>16</sup>

### a. Fungsi Penerangan

Televisi merupakan media yang mampu menyiarkan informasi yang amat memuaskan. Hal ini disebabkan dua faktor yang terdapat di dalamnya yaitu : "*immediacy*" dan "*realism*". *Immediacy* mencakup penceritaan langsung dan dekat. Peristiwa yang disiarkan oleh stasiun televisi dapat dilihat dan didengar oleh pemirsa pada saat peristiwa itu berlangsung, seolah-olah mereka berada di tempat peristiwa itu terjadi. Sedangkan *realism* mengandung makna kenyataan, dimana televisi menyiarkan informasi secara audio visual dengan fakta.

---

<sup>16</sup>Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Praktek Komunikasi*, (Bandung : PT Citra Aditya bakti, 2003), h. 24



#### b. Fungsi Pendidikan

Sebagai media massa, televisi merupakan sarana yang ampuh untuk menyebarkan acara pendidikan kepada khalayak yang jumlahnya begitu banyak secara simultan. Sesuai dengan makna pendidikan, yakni pengetahuan dan penalaran masyarakat, televisi menyiarkan acara-acara tertentu yang mengandung pendidikan, seperti film kuis, dan sebagainya yang disebut *educational television* (ETV), yaitu acara pendidikan yang disiarkan dalam siaran yang bersifat umum. Karena kemampuannya itulah, maka fungsi pendidikan yang dikandung televisi ditingkatkan lagi, sehingga dinamakan sarana pendidikan jarak jauh yang disebut *Instruction Television*.

#### c. Fungsi Hiburan

Seorang pakar komunikasi Charles R. Wright menyetujui pendapatnya tentang fungsi televisi sebagai media massa ini, yaitu bahwa :

*“Communication act primarily intended for amusement irrespectively of any instrument effects they might have”* yaitu bahwa media massa mempunyai fungsi sebagai media hiburan. Sebagian besar dari alokasi waktu masa siaran diisi oleh program hiburan.

Hal ini dapat dimengerti karena pada layar televisi dapat ditampilkan gambar hidup serta suara bagaikan kenyataan, dan dapat dinikmati sekalipun oleh khalayak yang tidak mengerti bahasa asing.

#### d. Fungsi Promosi

Wilbur Schramm menyatakan bahwa fungsi televisi sebagai media massa dapat dimanfaatkan *“to sell goods for us”* yang artinya bahwa media massa dapat

dimanfaatkan sebagai ajang promosi. Pendapat ini cukup menonjol karena promosi merupakan tiang penyangga bagi kehidupan media massa itu sendiri

## 6. Tahapan Produksi Program Televisi

### a. Praproduksi (Perencanaan)

Tahapan ini meliputi 3 bagian, sebagai berikut:<sup>17</sup>

- 1) **Ide** : Menemukan ide dan gagasan, membuat riset dan menulis naskah atau mengembangkan gagasan menjadi naskah sebuah riset.
- 2) **Planning** : Perencanaan mencakup kegiatan penentuan tujuan (objectives) serta mempersiapkan rencana dan strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.<sup>18</sup> Adanya penetapan jangka waktu kerja (*time schedule*), menyempurnakan naskah, pemilihan artis, lokasi, dan crew, estimasi biaya, dan rencana alokasi.
- 3) **Persiapan** : Latihan para artis, pembuatan *setting*, meneliti dan melengkapi peralatan yang digunakan.

### b. Produksi (Peliputan)

Produksi adalah seluruh kegiatan liputan (*shooting*) baik di studio, maupun di lapangan (*outdoor*). Proses liputan (*shooting*) juga disebut *taping*. Tahap ini mencoba mewujudkan apa yang telah direncanakan dalam kertas dan tulisan (*shooting script*).<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> Fred Wibowo, *Teknik Produksi Program Televisi*, (Yogyakarta : Pinus Book Publisher, 2007), h. 309.

<sup>18</sup> Morissan, M.A. *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2008), h. 130.

<sup>19</sup> Fred Wibowo, *Teknik Produksi Program Televisi*, (Yogyakarta : Pinus Book Publisher, 2007), h. 40.

### c. Paskaproduksi (Penyuntingan)

Paskaproduksi adalah semua kegiatan yang dilakukan setelah peliputan/*shooting/tapping* sampai materi itu dinyatakan selesai dan siap disiarkan atau diputar kembali. Hal-hal yang termasuk dalam kegiatan paskaproduksi antara lain: *evaluating* (evaluasi), *editing* (penyuntingan), *manipulating* (pengisian suara/*dubbing*), *subtitle*, *title*, ilustrasi, efek, dan lain-lain.

Perencanaan waktu, baik selama masa pra produksi, produksi maupun paska produksi harus dijadwalkan ke dalam jadwal waktu yang matang. Penyimpangan jadwal waktu kegiatan akan berpengaruh terhadap jalannya proses produksi tersebut dan akan memengaruhi pembiayaan.<sup>20</sup>

Dari pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa proses produksi sebuah tayangan adalah suatu serangkaian proses pra-produksi, proses produksi, dan proses paska produksi hingga tercipta sebuah tayangan yang siap untuk diputar kembali atau disiarkan.

## D. DAKWAH MELALUI MEDIA TELEVISI

### 1. Definisi Dakwah

Secara etimologis kata dakwah ( دعوة ) bisa diartikan menjadi seruan, ajakan atau undangan. Kata dakwah berasal dari bahasa Arab dalam bentuk infinitif (masdar) dari kata kerja ( فعل ) da'aa ( دعا ) yad'uu ( يدعو ) kata dakwah ini sekarang sudah umum dipakai oleh pemakai bahasa Indonesia. Secara harfiah kata dakwah ( دعوة ) bisa diterjemahkan menjadi seruan, ajakan atau undangan.

---

<sup>20</sup> Morissan, M.A. *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2008), h. 271.

Warson Munawir, menyebutkan bahwa dakwah artinya adalah memanggil (*to call*), mengundang (*to invite*), mengajak (*to summon*), menyeru (*to propose*), mendorong (*to urge*), dan memohon (*to pray*).<sup>21</sup>

Dakwah adalah beberapa cara dan tuntunan untuk menarik perhatian orang lain supaya menganut, mengikuti, menyetujui atau melaksanakan suatu ideologi, agama, pendapat atau pekerjaan tertentu. Orang yang menyampaikan dakwah disebut da'i sedangkan yang menjadi obyek dakwah disebut mad'u. Setiap Muslim yang menjalankan fungsi dakwah Islam adalah da'i.<sup>22</sup>

Definisi dakwah yang menekankan proses penyebaran pesan dakwah dengan mempertimbangkan penggunaan metode, media, dan pesan yang sesuai dengan situasi dan kondisi mad'u (khalayak dakwah). Penggagasnya adalah Ahmad Ghalwusy, beliau mengemukakan bahwa dakwah itu menyampaikan pesan islam kepada manusia disetiap waktu dan tempat dengan berbagai metode dan media yang sesuai dengan situasi dan kondisi para penerima pesan dakwah (khalayak dakwah).<sup>23</sup>

## 2. Unsur Dakwah

Dalam suatu aktivitas dakwah yang berupa ajakan, melahirkan suatu proses penyampaian, paling tidak terdapat beberapa elemen yang harus ada. Elemen-elemen atau unsur-unsur dakwah tersebut adalah:

---

<sup>21</sup> Warson Munawir, *Kamus Al-Munawir*, (Surabaya : Mitra Pustaka, 1994), hal. 439

<sup>22</sup> Enjang dan Aliyudin, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, (Widya Padjadjaran, Bandung, 2009), h. 10

<sup>23</sup> Asep Muhiddan, *Dakwah Dalam Perspektif Alqur'an*, (Bandung : CV Pustaka Setia, 2002), cet. 1, h. 33

a. Subjek Dakwah

Subjek dakwah (da'i atau *communicator*). Subjek dakwah adalah pelaku dakwah. Faktor subjek dakwah sangat menentukan keberhasilan aktivitas dakwah. Maka subjek dakwah dalam hal ini da'i atau lembaga dakwah hendaklah mampu menjadi penggerak dakwah yang professional. Baik gerakan dakwah yang dilakukan oleh individual maupun kolektif, profesionalisme amat dibutuhkan, termasuk profesionalisme lembaga-lembaga dakwah.

Disamping professional, kesiapan subjek dakwah baik penguasaan terhadap materi, maupun terhadap metode, media dan psikologi sangat menentukan gerakan dakwah untuk mencapai keberhasilannya.<sup>24</sup>

Tuntutan professional itu memang wajar dan sesuai dengan tuntutan modernitas yang menuntut agar setiap profesi bersifat fokus dan spesial. Namun demikian, tuntutan profesionalitas dan spesialisasi juga dapat meninggalkan problema yang cukup serius. Problema itu adalah parsialitas.

Salah satu bagian dakwah adalah *Khithabah* yang merupakan bagian unsur dakwah, yang sering dilepaskan dari metode dakwah yang lainnya, sehingga ia tidak menjadi bagian integral dari gerakan secara utuh.

*Khithabah* acap menyendiri sebagai teknik berdakwah yang melalui berkonsentrasi pada sosialisasi verbal. Ia lebih sering bersifat *disconnected* (terlepas dan terkait) dari sentuhan profesi dakwah lainnya. Bahkan, pada beberapa kasus, tak jarang pula *khithabah* justru berbenturan dan mementahkan efektifitas gerakan dakwah lainnya.

---

<sup>24</sup> Samsul Munir Amin, *ilmu dakwah*, (Jakarta : AMZAH, 2009), h. 2

Mestinya, seluruh profesi dakwah itu merupakan suatu gerakan terpadu yang satu sama lain terikat dan terkait dalam suatu jalinan interdependen. Ketika seorang da'i/mubaligh berceramah menyampaikan sebuah materi ajaran Islam, ia mesti pula memikirkan bagaimana agar materi tersebut bukan saja tidak berseberangan, melainkan juga mendukung gerakan dakwah lainnya. Demikian juga da'i lain yang sedang melakukan suatu aktivitas dakwah dengan metode lain, semestinyalah ia memikirkan keterkaitannya dengan metode dakwah lain yang sedang bergerak pada ruang dan waktu yang sama.

Dengan cara itu, tidak akan terjadi suatu kasus bahwa ceramah seorang mubaligh ternyata menyela atau bahkan merusak gerakan dakwah setempat, karena materi yang ia sampaikan ternyata mementahkan sektor dakwah lainnya. Kasus ini tidak akan terjadi jika *khithabah* tidak dipersepsi sebagai suatu gerakan dakwah yang terlepas dari profesi dakwah lainnya.<sup>25</sup>

#### b. Metode Dakwah

Metode dakwah (*Kaifiyah Ad-da'wah, Methode*). Metode dakwah yaitu cara-cara penyampaian dakwah, baik individu, kelompok, maupun masyarakat luas agar pesan-pesan dakwah tersebut mudah diterima. Penelitian/metode dakwah yang dikategorikan sebagai penelitian sosial dapat dikatakan sebagai kegiatan mencari tahu tentang sesuatu yang dipertanyakan yang tampak pada fenomena dakwah.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Aep Kusnawan, *Komunikasi dan Penyiaran Islam*, (Bandung : Benang Merah Press, 2004), h. 15-16.

<sup>26</sup> Asep Saeful Muhtadi dan Agus Ahmad Safei, *Metode Penelitian Dakwah*, (Jakarta : Pustaka Pelajar, 1999), h. 45.

Kemudian metode dakwah hendaklah menggunakan metode tepat dan sesuai dengan situasi dan kondisi mad'u sebagai penerima pesan-pesan dakwah. Sudah selayaknya penerapan metode dakwah mendapat perhatian yang serius dari para penyampai dakwah. Berbagai pendekatan dakwah baik *dakwah bi al-lisan*, *dakwah bi al-qalam* (dakwah melalui tulisan, media cetak), maupun *dakwah bi al-hal* (dakwah dengan amal nyata, keteladanan) perlu dimodifikasi sedemikian rupa sesuai dengan tuntunan modernitas. Demikian pula penggunaan metode dakwah dengan *Hikmah*, *Mauidzah Hasanah*, dan *Mujadalah*.

Aplikasi dakwah Islam tidak cukup mempergunakan metode tradisional saja, melainkan perlu diterapkan penggunaan metode yang sesuai dengan situasi dan kondisi zaman di era sekarang.<sup>27</sup>

Dakwah Islam sebagai metode untuk mengenalkan ajaran Tuhan, yaitu merupakan agama yang memuliakan akal manusia. Al-Qur'an secara berulang-ulang memerintahkan manusia untuk melakukan observasi, eksperimen dan telaah ilmiah. Umat Islam diseru Tuhan agar berfikir dan merenung (termasuk memahami alam, sejarah dan masyarakat). Tujuannya adalah agar manusia dapat memperoleh pemahaman yang benar tentang sesuatu (baik hakikat alam, sejarah, filsafat kehidupan manusia, bahkan pada hakikat Tuhan).

Oleh karena itu perlu dicari metode ilmiah yang tepat dan relevan, bahwa obyek studi menentukan metode, bukan sebaliknya metode yang menentukan objek. Sehingga agama sebagai fenomena kehidupan yang menyatakan diri dalam sistem

---

<sup>27</sup> Samsul Munir Amin, *ilmu dakwah*, (Jakarta : AMZAH, 2009), h. 13

sosial budaya, bukan masalah yang sulit untuk menentukan metode yang relevan bagi audien.<sup>28</sup>

Prinsip-prinsip dakwah Islam tidaklah mewujudkan kekakuan, akan tetapi menunjukkan fleksibilitas yang tinggi. Ajakan dakwah tidak mengharuskan cepatnya keberhasilan dengan satu metode saja, melainkan dapat menggunakan bermacam-macam cara yang sesuai dengan kondisi dan situasi *mad'u* sebagai objek dakwah dalam menentukan penggunaan metode dakwah amat berpengaruh bagi keberhasilan suatu aktivitas dakwah.<sup>29</sup>

#### c. Media Dakwah

Media dakwah (*Washilah Ad-da'wah, Media, Chanel*). Media dakwah adalah alat untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Penggunaan media dakwah yang tepat akan menghasilkan dakwah yang efektif. Penggunaan media-media dan alat-alat modern bagi pengembang dakwah adalah suatu keharusan untuk mencapai efektifitas dakwah. Media-media yang dapat digunakan dalam aktivitas dakwah antara lain: media tradisional, media cetak, media broadcasting, media film, media audio visual, internet, maupun media elektronik lainnya.

Penggunaan media-media modern sudah selayaknya digunakan dalam aktivitas dakwah, agar dakwah dapat diterima oleh publik secara komprehensif.

---

<sup>28</sup> M. Mansyur, dkk, *Metodologi Penelitian Living Qur'an dan Hadis*, (Yogyakarta : TH-Press, 2007), h. 52.

<sup>29</sup> Samsul Munir Amin, *ilmu dakwah*, (Jakarta : AMZAH, 2009), h. 97



#### d. Materi Dakwah

Materi dakwah (*Madah Ad-Da'wah, Message*). Materi dakwah adalah isi dari pesan-pesan dakwah Islam. Pesan atau materi dakwah harus disampaikan secara menarik tidak monoton sehingga merangsang objek dakwah untuk mengkaji tema-tema Islam yang pada gilirannya objek dakwah akan mengkaji lebih mendalam mengenai materi agama Islam dan meningkatkan kualitas pengetahuan keIslaman untuk pengalaman keagamaan objek dakwah.

Pesan-pesan dakwah harus dilakukan dengan mempertimbangkan situasi dan kondisi *mad'u* sebagai penerima dakwah. Pesan-pesan dakwah yang disampaikan sesuai dengan kondisi sasaran objek dakwah, akan dapat diterima dengan baik oleh *mad'u*. oleh karena itu, da'i hendaklah melihat kondisi objek dakwah dalam melakukan aktivitas dakwah agar pesannya tersebut bisa dianggap sesuai dengan karakter dan cara berfikir objek dakwah.

#### e. Objek Dakwah

Objek dakwah (*Mad'u, Communicant, Audience*). Objek dakwah yaitu masyarakat sebagai penerima dakwah. Masyarakat baik individu maupun kelompok, sebagai objek dakwah, memiliki strata dan tingkatan yang berbeda. Dalam hal ini seorang da'i dalam aktivitas dakwahnya hendaklah memahami karakter dan siapa yang akan diajak bicara atau siapa yang akan menerima pesan-pesan dakwahnya. Da'i dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya, perlu mengetahui klasifikasi dan karakter objek dakwah, hal ini penting agar pesan-pesan dakwah bisa diterima dengan baik oleh *mad'u*.

Dengan mengetahui karakter dan kepribadian *mad'u* sebagai penerima dakwah, maka dakwah akan lebih terarah karena tidak disampaikan secara serampangan tetapi mengarah kepada profesioanalisme. Maka *mad'u* sebagai sasaran atau objek dakwah akan dengan mudah menerima pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh subjek dakwah, karena baik materi, metode, maupun media yang digunakan dalam berdakwah agar tetap sesuai dengan kondisi *mad'u* sebagai objek dakwah.<sup>30</sup>

Memperhatikan kondisi obyektif umat dan masyarakat bangsa, pendekatan dakwah perlu diubah dari indoktrinasi menjadi dialog kreatif. Dakwah harus dikembangkan dalam usaha peningkatan ketrampilan kerja sehingga mampu memenuhi tuntutan kehidupan obyektif, dimana secara terprogram dan bertahap akan menuju idealitas kehidupan yang disampaing memenuhi tuntunan normatif Islam juga mampu menjawab tantangan sosiologis masyarakat modern.<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> Samsul Munir Amin, *ilmu dakwah*, (Jakarta : AMZAH, 2009), h. 13-15

<sup>31</sup> Abdul Munir Mulkhan, *Teologi Kebudayaan dan Demokrasi Modernitas*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1995), h. 27

### **BAB III**

#### **PERENCANAAN PROGRAM DAKWAH TVRI**

##### **A. Deskripsi Situasi Tempat Penelitian**

###### **1. Sejarah TVRI**

TVRI merupakan stasiun TV pertama yang berdiri di Indonesia pada tahun 1962. Stasiun ini mengudara untuk pertama kalinya dengan acara siaran langsung upacara pembukaan Asian Games IV dari stadion utama Gelora Bung Karno. Stasiun televisi ini dibuat sebagai alat komunikasi pemerintah yang tugasnya adalah untuk menyampaikan kebijakan pemerintah kepada rakyat dan memberikan berita dan informasi seputar Indonesia dan pemerintah untuk rakyat.<sup>1</sup>

Secara garis besar, tujuan TVRI dan programnya adalah untuk membangun bangsa dan negara Indonesia yang modern dengan masyarakat yang aman, adil, tertib dan sejahtera. Siaran TVRI merupakan satu-satunya yang mencapai hingga seluruh wilayah Indonesia dan bahkan sampai ke-10 negara ASEAN hingga mencapai Timur Tengah. Saat ini TVRI mempunyai 27 stasiun daerah dan 1 stasiun pusat yang didukung 376 transmisi yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. TVRI menyiarkan programnya dengan dua saluran yaitu : <sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Di akses melalui TVRI, tanggal 15 juni 2012

<sup>2</sup> Di akses melalui TVRI, tanggal 15 juni 2012

a. VHF (*Very High Frequency*)

Merupakan frekuensi TV yang paling umum digunakan untuk menerima dan memancarkan siaran televisi di Indonesia. Dengan jangkauannya yang sangat luas, frekuensi ini mampu menyiarkan sinyal televisi dari berbagai wilayah di Indonesia. Selain itu frekuensi ini membutuhkan biaya yang tidak terlalu mahal dibandingkan frekuensi UHF (*Ultra High Frequency*). Frekuensi ini sangat cocok untuk stasiun penyiaran pemerintah yang terbatas dana pembangunannya.

b. UHF (*Ultra High Frequency*)

Kegunaan dari frekuensi ini sama dengan VHF namun kualitasnya berbeda karena UHF menggunakan teknologi baru yang lebih baik dari VHF yaitu gambar yang dihasilkan lebih baik dan jelas dan sangat jarang menerima gangguan. Namun biaya yang harus dikeluarkan untuk menggunakan frekuensi ini sangat besar, karena memerlukan daya 5 kali lebih besar dari saluran VHF. Seiring berkembangnya industri penyiaran di Indonesia akhirnya TVRI mengganti saluran *Very high frequency* (VHF) dengan *Ultra High Frequency* (UHF) agar masyarakat dapat menerima gambar dengan baik dan tidak mengalami gangguan.

Pada tahun 2002, TVRI mengalami perubahan status dari perusahaan jawatan atau perusahaan milik negara menjadi TV publik. Hal ini dilakukan supaya TVRI dapat melakukan pembenahan di bidang manajemen, struktur Organisasi, SDM, dan program acara, semua ini dilakukan agar TVRI mempunyai nilai jual dan minat masyarakat untuk menonton program TVRI menjadi tinggi. Dengan berubahnya status ini diharapkan adanya perubahan ke arah positif yang terjadi di TVRI dan masyarakat. Dalam bentuk status yang baru, TVRI belajar dan bekerjasama dengan

pihak swasta untuk meningkatkan profesionalisme karyawan dan program-program acara TVRI.

Pada tahun 2010, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono meresmikan pemancar televisi digital TVRI Jakarta, Surabaya dan Batam, sebagai tanda era baru teknologi penyiaran di Indonesia. Peresmian ini dilakukan di Gedung Auditorium TVRI Senayan, Jakarta. Keunggulan dari televisi digital ini adalah kemampuannya yang mobile, artinya televisi tidak hanya statis disaksikan di rumah, perkantoran, dan tempat umum lainnya yang dipasang secara permanen, tetapi dapat diakses dalam posisi bergerak seperti melihat dari handphone ataupun perangkat televisi yang dipasang di mobil. Kualitas gambar yang diperlihatkan TV Digital tidak kalah dari analog, bahkan lebih baik dan lebih jernih gambar yang dihasilkannya.

Ini adalah suatu jenis keunggulan baru yang dimiliki oleh TVRI demi meningkatkan kualitas dan kredibilitas TVRI sebagai stasiun tertua dan pertama di Indonesia dan komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat akan lebih baik lagi terjadi dikarenakan adanya TV Digital ini.

## **2. Perkembangan TVRI**

Pada tahun 1977 TVRI secara bertahap di beberapa ibu kota Provinsi membangun Stasiun-stasiun Produksi Keliling atau SPK, yang fungsinya sebagai perwakilan atau koresponden TVRI di daerah, yang terdiri dari :<sup>1</sup>

1. SPK Jayapura
2. SPK Ambon
3. SPK Kupang

---

<sup>1</sup> Di akses melalui TVRI, tanggal 15 juni 2012

4. SPK Malang (Tahun 1982 diintegrasikan dengan TVRI Stasiun Surabaya)
5. SPK Semarang
6. SPK Bandung
7. SPK Banjarmasin
8. SPK Pontianak
9. SPK Banda Aceh
10. SPK Jambi
11. SPK Padang
12. SPK Lampung

TVRI berfungsi sebagai alat komunikasi pemerintah, tugas TVRI adalah menyampaikan informasi tentang kebijakan Pemerintah kepada rakyat dan pada waktu yang bersamaan menciptakan *two-way traffic* (lalu lintas dua jalur) dari rakyat untuk pemerintah selama tidak mendiskreditkan usaha-usaha pemerintah.<sup>2</sup>

TVRI pada zaman orde baru memiliki tiga tujuan yaitu :

1. Memajukan kesatuan dan persatuan nasional.
2. Memajukan stabilitas nasional.
3. Memajukan stabilitas politik.

Dalam era reformasi lahirlah peraturan pemerintah RI Nomor 36 tahun 2000 yang menetapkan status TVRI menjadi perusahaan jawatan di bawah pembinaan Departemen Keuangan. Kemudian melalui pada tahun 2002 TVRI berubah statusnya menjadi PT. TVRI (Persero) di bawah pembinaan Kantor Menteri. Selanjutnya,

---

<sup>2</sup> Di akses melalui TVRI, tanggal 16 juni 2012

melalui undang-undang Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, TVRI menetapkan dirinya sebagai lembaga penyiaran publik yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh Negara.

TVRI sebagai lembaga penyiaran publik memberikan informasi untuk kepentingan publik, bersifat netral, mandiri dan tidak komersial. Tugas TVRI di era reformasi ini adalah memberikan pelayanan informasi, pendidikan dan hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta melestarikan budaya bangsa penyiaran televisi yang menjangkau seluruh wilayah Indonesia.

Pada era reformasi ini TVRI memiliki 27 stasiun daerah dan stasiun pusat dengan dukungan dari 376 transmisi yang tersebar di Indonesia. Ke – 27 stasiun daerah itu adalah :

1. TVRI Stasiun DKI Jakarta
2. TVRI Stasiun Nangroe Aceh Darussalam
3. TVRI Stasiun Sumatera Utara
4. TVRI Stasiun Sumatera Selatan
5. TVRI Stasiun Jawa Barat dan Banten
6. TVRI Stasiun Jawa Tengah
7. TVRI Stasiun Jogjakarta
8. TVRI Stasiun Jawa Timur
9. TVRI Stasiun Bali
10. TVRI Stasiun Sulawesi Selatan
11. TVRI Stasiun Kalimantan Timur

12. TVRI Stasiun Sumatera Barat
13. TVRI Stasiun Jambi
14. TVRI Stasiun Riau dan Kepulauan Riau
15. TVRI Stasiun Kalimantan Barat
16. TVRI Stasiun Kalimantan Selatan
17. TVRI Stasiun Kalimantan Tengah
18. TVRI Stasiun Papua
19. TVRI Stasiun Bengkulu
20. TVRI Stasiun Lampung
21. TVRI Stasiun Maluku dan Maluku Utara
22. TVRI Stasiun Nusa Tenggara Timur
23. TVRI Stasiun Nusa Tenggara Barat
24. TVRI Stasiun Gorontalo
25. TVRI Stasiun Sulawesi Utara
26. TVRI Stasiun Sulawesi Tengah
27. TVRI Stasiun Sulawesi Tenggara

Tugas TVRI sebagai televisi publik yakni, memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyelenggaraan penyiaran televisi yang menjangkau seluruh wilayah negara Indonesia.



### **3. Visi dan Misi TVRI**

#### **a. Visi TVRI**

Terwujudnya TVRI sebagai media pilihan bangsa Indonesia dalam rangka turut mencerdaskan kehidupann bangsa memperkuat kesatuan nasional.<sup>3</sup>

#### **b. Misi TVRI**

Misi yang digunakan oleh TVRI adalah : <sup>4</sup>

1. Mengembangkan TVRI menjadi media perekat sosial untuk persatuan dan kesatuan bangsa sekaligus media control sosial yang dinamis.
2. Mengembangkan TVRI menjadi pusat layanan informasi dan edukasi yang utama.
3. Memberdayakan TVRI menjadi pusat pembelajaran bangsa serta menyajikan hiburan yang sehat dengan mengoptimalkan potensi dan kebudayaan daerah serta memperhatikan komunitas terabaikan.
4. Memberdayakan TVRI menjadi media untuk membangun citra bangsa dan negara Indonesia di dunia Internasional.

### **4. Nilai Dasar, Posisi TVRI, dan Muatan Siaran**

#### **a. Nilai Dasar TVRI**

TVRI sebagai stasiun televisi milik negara mempunyai nilai dasar TVRI, yaitu : <sup>5</sup>

1. Pengawal kepentingan publik.
2. Independen, tidak bergantung dan tidak dipengaruhi oleh pihak lain.

---

<sup>3</sup> <http://www.tvri.baliserve.com/home/home.php?mod=content&printer=1&id=15#visimisi>

<sup>4</sup> <http://www.tvri.baliserve.com/home/home.php?mod=content&printer=1&id=15#visimisi>

<sup>5</sup> Hasil observasi di TVRI, tanggal 16 juni 2012

3. Netral, tidak memihak kepada kepentingan salah satu yang berbeda pendapat.
4. Tidak komersil, tidak semata – mata mencari keuntungan, tetapi lebih mengutamakan peningkatan pelayanan kepada masyarakat.

#### **b. Posisi TVRI**

TVRI sebagai rumah bangsa Indonesia. Rumah besar bagi seluruh rakyat Indonesia untuk mengekspresikan dirinya dalam konteks wawasan nusantara dan jati diri bangsa Indonesia. Rumah bangsa diartikan sebagai rumah yang beratapkan *geostasioner* Indonesia, berdindingkan batas – batas wilayah negara Indonesia, berlantaikan kebhinekaan dalam keikaan, serta bertiang negara kesatuan.

#### **c. Muatan TVRI**

TVRI mempunyai muatan siaran, yaitu:

1. Isi siaran TVRI berorientasi pada pendidikan, kebudayaan dan kebangsaan.
2. TVRI mendukung nilai – nilai publik, struktur sosial masyarakat demokratis, serta hak asasi manusia.
3. TVRI berperan sebagai kekuatan dalam mencitrakan keunggulan dan kekayaan Negara dan bangsa Indonesia.
4. TVRI berperan sebagai referensi bagi public dalamantisipasi perubahan yang sangat cepat serta menjadi faktor perekat sosial dan integrasi individu, kelompok dan masyarakat.

## 5. Logo dan Makna Logo TVRI

### a. Logo TVRI

Logo TVRI adalah sebagai berikut :<sup>6</sup>

Gambar 1 Logo TVRI



Sumber dari Stasiun TVRI Jakarta

### b. Makna Logo TVRI

Secara simbolis, bentuk logo ini menggambarkan “layanan publik yang informatif, komunikatif, elegan dan dinamis” dalam upaya mewujudkan visi dan misi TVRI sebagai TV publik yaitu media yang memiliki fungsi kontrol dan perekat sosial untuk memelihara persatuan dan kesatuan bangsa.

Bentuk lengkung yang berawal pada huruf T dan berakhir pada huruf I dari huruf TVRI membentuk huruf “P” yang mengandung 5 (lima) makna layanan informasi dan komunikasi, yaitu : <sup>7</sup>

1. P sebagai huruf awal dari kata PUBLIK yang berarti memberikan layanan informasi dan komunikasi kepada masyarakat dengan jangkauan nasional dalam upaya ikut mencerdaskan kehidupan bangsa.

2. P sebagai huruf awal dari kata PERUBAHAN yang berarti membawa perubahan ke arah yang lebih sempurna.

---

<sup>6</sup> Di akses melalui TVRI, tanggal 15 juni 2012

<sup>7</sup> Di akses melalui TVRI, tanggal 15 juni 2012

3. P sebagai huruf awal dari kata PERINTIS yang berarti merupakan perintis atau cikal bakal pertelevisian Indonesia.
4. P sebagai huruf awal dari kata PEMERSATU yang berarti merupakan lembaga penyiaran publik yang mempersatukan bangsa Indonesia yang tersebar di Nusantara yang sangat luas dan terdiri atas ribuan pulau.
5. P sebagai huruf awal dari kata PILIHAN yang berarti menjadi pilihan alternatif tontonan masyarakat Indonesia dari berbagai segmen dan lapisan masyarakat.

Bentuk elips dengan ekor yang runcing dan dinamis melambangkan komet yang bergerak cepat dan terarah serta bermakna gerakan perubahan yang cepat dan terencana menuju televisi publik yang lebih sempurna. Bentuk huruf TVRI memberi makna elegan dan dinamis, siap mengantisipasi perubahan dan perkembangan jaman serta tuntutan masyarakat. Warna biru mempunyai makna elegan, jernih, cerdas, arif, informatif dan komunikatif.

## **B. Program Acara Indahnya Pagi**

Program acara Indahnya Pagi mulai diproduksi dan ditayangkan pada bulan Juni 2012, dengan menggantikan program acara sebelumnya yaitu program acara Hikmah Pagi. Adapun yang melatarbelakangi diproduksi program acara indahya Pagi karena sudah tidak adanya lagi stasiun televisi yang menyajikan acara dakwah dalam bentuk lomba membaca Al-Qur'an sehingga tim produksi dakwah TVRI mulai merencanakan untuk mengadakan program dakwah dalam format lomba membaca Al-Qur'an. Dan adapun Tujuan dari Program acara "Indahnya Pagi" dengan tema

“Mari Mengkaji” adalah memberikan pengetahuan kepada remaja dan orang dewasa bagaimana membaca Al-Qur’an yang baik dan benar, serta mengetahui intisari kandungan ayat tersebut dan diimplementasikan di kehidupan masa kini.<sup>8</sup>

Format program acara Indahnya Pagi ialah Lomba membaca Al-Qur’an yang diikuti oleh remaja-remaja. Pihak TVRI mencari peserta dengan cara langsung datang ke Sekolah-sekolah, Universitas, kelompok Komunitas, dan Ormas. Berikut ini adalah rundown acara Indahnya Pagi :

Tabel II Alur Program Acara Indahnya Pagi

No	Sto/vt	V i d e o	A u d i o	Ket.
1.	Start VT	Tune Acara Indahnya Pagi(color Hijau/Fon Baru )/OBB	Illustrasi Musik Voice Over ...Sesaat lagi Anda Akan menyaksikan acara Indahnya Pagi	00’30”
2.	Kam.VLS	Tampak keseluruhan Set Dekor MC memberi salam	Assalamu’alaikum wr wb....	
3.	Kam.MS MC Cowok	MC :memperkenalkan acara	Hai pemirsa TVRI dimana pun anda berada kita berjumpa dalam acara Indahnya Pagi ....sebuah program baru yang kami kemas dalam beberapa segmen.	
4.	Kam.MS MC Cewek	MC : memperkenalkan	Segmen yang pertama Pembacaan Alqur’an, Contoh bacaan...yang kedua segmen gabung yuuk sambil menebar hikmah ( telp.interaktif)untuk mengaji...ketiga adalah segmen evaluasi	
5.	Kam MS Cowok	MC : memperkenalkan	Yang keempat adalah segmen Tafsir Ayat dan penjabarannya, yangkelima adalah segmen diskusi dan tanya jawab dgn audiens dan pemirsa dan yg kelima adalah pengumuman pemenang pembaca terbaik dan kesimpulan serta penutup.	
6.	Kam TS	MC : ( berdua )	Sebelum kita lanjutkan acara	

<sup>8</sup> Wawancara dengan Badriansyah sebagai Produser, tanggal 16 juni

	MC cowo Dan cewe		yuuuk kita saksikan pariwara berikut ini.	
7.	VT	Bridging Bumper Out To C break.	Ill on VT	00'10"
8.	PC	.....		01'30"
9.	VT	Bumper In to Sto.	Ill On VT	00'10"
10.	Kam. VLS Creen up	MC : cewek	nah pemirsa marilah kita awali acara ini dengan memperkenalkan satu persatu dari pendukung acara ini...	
11.	Kam MS MC Cowo	MC: Cowok	Yang pertama qori/qoriqh kita..... dan dewan hakim kita Ustd.....dan ust.....Kemudian ust.yang akan menafsirkan dan mensyarahkannya adalah ust.....dan Para peserta Tilawatil Qur'an dari sekolah yg pertama :.....kedua dari sekolah.....yang ketiga dari seolah.....dan yg keempat dari sekolah.....	
12.	Kam. MCU	MC: Cewek	Dan yang kelima adalah anda sendiri pemirsa ....yaitu dengan menghubungi kami di pesawat telp.021..... dan021.....untuk anda yg ber ada di uar Jabodetabek.setelah yang satu ini	
13.	VT	Bridging to C Break	Ill on VT	00'10"
14.	PC	.....		01.30"
15.	VT	Bridging To Sto	Ill on VT	00'10"
16.	Kam VLS	Suasana studio moveing	illustrasi	
17.	Kam MCU	MC : Cowok	Penonton distudio dan pemirsa di rumah atau dimanapun anda berada mari kkita ikuti dengan khidmat contoh bacaan surat.....	
18.	Kam.MS	MC :mengundang pemirsa	Kring....kring....Asslk. dari siapa dan dimana....silahkan makronya surat....ayat....	
19.	Kam MS	MC :cowok memanggil peserta yg di studio	Itulah alunan surat....yg dibawakan oleh saudara kita...dan kini sy panggil peserta yang ada di studio rekan kita....dari sekolah....	
20	Kam.LS	Tampak peserta yang dipanggil berjalan menuju podium.	.....membaca Al Qur'an ayat ....	

21.	Kam. MS	Peserta....	Audio on Mic.	
22.	Kam.MS	MC;Cewek memanggil peserta berikutnya	Mengomentari peserta yg barusan dan kini memanggil peserta berikutnya...dan kini kami panggilkan peserta berikutnya dari sekolah...	
23.	Kam.LS	Tampak peserta yang dipanggil menuju ke podium	....membacakan Al qur'an ayat.....	
24.	Kam.MS	MC : Mengantar ke come break	Jangan kemana mana setelah pariwisata berikut ini	
25.	VT	Bumper out	Musik on VT	00'10"
26.	PC	Come break		01.30'
27.	VT	Bumper in	Musik on VT	00'10"
28.	Kam.VLS	Tampak suasana studio dan dua MC chit chat	MC cowok: bagaimana nih apa kita masih akan memanggil peserta berikut atau. MC cewek : kita sudahi dan kita masuki season berikutnya,	
29.	Kam.MS	MC c o wo k...	Apa segmen selanjutnya yang akan kita sajikan ke pemirsa.	
30.	Kam.MS	MC cewek...	Apa lagi kalo bukan tafsir dari ayat yang telah dibacakan tadi, pemirsa inilah tafsir ayat...yg akan dijelaskan oleh...	
31.	Kam.MS	Narasumber atau mufasir	Tafsir ayat....	
32.	Kam.M2S	MC berdua cut to MS cowok	Pemirsa di rumah dan penonton di studio itulah tadi penjelasan atau tafsir dari qs....dan tetaplah bersama kami setelah yg satu ini...	
33.	VT	Bridging bumper out	Musik On VT	00'10"
34.	PC	Come beak	PC	01'30"
35.	VT	Bridging bmper in	Musik on VT	00'10"
36.	Kam. VLS	Suasana studio mc me ngantar ke Diskusi dgn audiens	Pemirsa tentunya kita ingin berdiskusi dgn narasumber tentang ayat tsb implementasinya dgn masa kini	
37.	Kam.MS	MC meminta dari audiens yg mau bertanya atau bediskusi dgn narasumber	MC: Baik pemirsa dan penonton distudio anda dpt mengajukan pertanyaan kepada narasumber sebutkan nama dan asal sekolah	
38.	Kam.MS	Audiens yg bertanya	Pertanyaan	
39.	Kam.MS	MC memberi kesempatan kepada penyannya kedua	MC silahkan untuk penyanya kedua dan anda pemirsa dpt berpartisipasi di line telephone	

			021.... dan ....	
40.	Kam.MS	Audiens yg bertanya	Pertanyaan II	
41.	Kam.MS	MC memandu pemirsa yg bertanya	Kring ....kring....ya Asalamu'alaikum wr wb. dari siapa dan dari mana asalnya	
42.	Kam MS	Narasumber dan Sup Imp.Nama Penanya dan daerah asal	Suara penelphone...	
43.	Kam. MS	Narasumber menjawab pertanyaan	Jawaban atas pertanyaan I,II,III	
44.	Kam.MS	Mc ; Pengantar ke come break	Tetaplah bersama kami setelah yg satu ini...	
45.	VT	Bridgng bumper out	Musik on VT	00'10"
46.	PC	PC...	PC	01'30"
47.	VT	Bridging bumper in	Musik on VT	00'10"
48.	Kam.VLS	Suasana studio MC berdua	MC Chit Chat,...Bagaimana ini kak seru ya bahasan kita dan pemirsa yg sejak tadi menunggu siapa kira kira yang keluar sebagai pembaca terbaik ya kita dengarkan pengumuman dari dewan juri....silahkan	
49.	Kam MS	Dewan juri berkome ntar sedikit	Pemirsa persaingan cukup ketat selisih nilai berkisar sedkit sekali namun kami harus memutuskan siap pembaca yang terbaik apakah dari peserta di studio atau pemirsa yg berada diluar studio.....ya Pemenang kali ini jatuh pada saudara.... dgn nilai..... di tetapkan dijakarta,tanggal...atau....hijriah kami ucapkan selamat kepada saudara.....dan yg belum beruntung tetaplah belajar dan terus semangat.	
50	Kam. MS	MC Pengantar ke Come break	...dan jangan kemana mana tetap bersama kami...	
51.	VT	Bridging bumper out	Musik on VT	00'10"
52.	PC	PC	PC	01'30"
53.	VT	Bridging bumper In	Musik On VT	00'10"
54.	Kam VLS	MC berdua pengantar kesimpulan	Pemirsa TVRI dimana pun anda berada inilah sa'atnya kita memetik hikmah dari Alqur'an yaitu kesimpulan yang akan di simpulkan oleh narasumber...	



55.	Kam MS	Narasumber	Menyimpulkan...	01'30"
56.	Kam M2S	MC berdua menutup acara dan menyebutkan macro kita berikutnya.	Pemirsa TVRI dimanapun anda berada serta rekan rekan pelajar yg berada di studio TVRI para guru guru yang sudah mengantarkan murid muridnya kami ucapkan terimakasih atas partisipasi anda dan tak lupa kami segenap kru yang bertugas dan saya.....dan rekan saya.....mohon maaf atas segala kesalahan billahi taufik walhidayah wassalamu'alaikum warohmatullahi wabarokaatuh	
57.	Kam CLS	Tampak orang orang bersalaman satu dengan lainnya para murid dan guru bersalaman kepada ustad diiringi Sup Impose Karabat Karja ( fon tulisanBaru/ciri khas warna hijau )	Musik On VT lagu Instrumentalia musik Religi CBB.Voice Over ...Anda telah menyaksikan acara Indahnya Pagi Sampai Jumpa pada episode berikutnya.....Produksi TVRI	

### C. Proses Perencanaan Program Acara Indahnya Pagi

Peneliti melakukan penelitian dengan cara observasi lapangan dan wawancara mendalam. Observasi dilakukan terhadap program “Indahnya Pagi” yang di fokuskan pada hari senin dengan tema “mari mengkaji” dikarenakan pada setiap tema penanggung jawab program acara tersebut Fungsional.

untuk melihat bagaimana proses produksi “Indahnya Pagi. Wawancara mendalam pun dilakukan untuk mendapatkan data-data pendukung mengenai produksi program “Indahnya Pagi”.

Peneliti mewawancarai *Key Informan* dan *Informan* Dalam menentukan *Key Informan*, penulis melakukan pertimbangan bahwa karakteristik *Key Informan* adalah yang dianggap memiliki banyak informasi tentang perencanaan program acara. Maka

*Key Informan* pada penelitian ini adalah Badriansyah sebagai *produser* program *Indahnya Pagi*. Pertanyaan yang penulis ajukan pada *Key Informan* adalah tentang perencanaan program acara *Indahnya Pagi* di TVRI.

Selain *Key Informan*, penulis juga melakukan wawancara mendalam atau *depth interview* dengan *Informan*, dalam hal ini penulis memilih pengarah acara dan unit manager sebagai pihak yang dapat memberikan informasi kepada penulis terkait penelitian yang dibutuhkan penulis, yaitu perencanaan program acara *Indahnya Pagi* di TVRI. Pertanyaan yang diajukan kepada *Informan* tentang program *Indahnya Pagi*.

Kemudian hasil *observasi* serta wawancara penulis kepada *Key Informan* dan *Informan*, *direcek* kebenarannya berdasarkan teknik keabsahan data triangulasi.

Peneliti membagi hasil penelitian menjadi empat bagian yaitu, proses pra produksi, produksi, paska produksi, dan analisis SWOT. Peneliti membagi hasil penelitian ini menjadi tiga tahapan produksi karena sesuai dengan *standart operation procedure* (SOP) menurut Fred Wibowo yaitu Pra produksi yang dimana terdapat penemuan ide, perencanaan, dan persiapan, kemudian tahap Produksi yaitu syuting, kemudian tahap paska produksi yaitu editing. Peneliti menambahkan sub bab analisis SWOT karena dengan analisis SWOT peneliti bisa melihat faktor-faktor internal maupun eksternal dari program “*Indahnya Pagi*” untuk meningkatkan kualitas program.

## 1. Pra Produksi

### a) Perencanaan Program Acara

Program acara Indahnya Pagi harus dapat menarik perhatian khalayak. Untuk itu perlu adanya suatu perencanaan program acara yang baik agar terpenuhi maksud dan tujuan dari acara Indahnya Pagi ini.

Bila dikaitkan dengan penelitian ini, maka penulis merumuskan bahwa perencanaan program acara merupakan kunci terselenggaranya suatu program acara dalam hal ini program acara Indahnya Pagi yang akan dilaksanakan. Berikut perencanaan program acara Indahnya Pagi yang dilakukan oleh Badriansyah sebagai *produser*.

Program acara Indahnya Pagi menentukan peserta sebagai khalayak yaitu pelajar, remaja dan dewasa. Dalam acara Indahnya Pagi, dibutuhkan peserta yang berkarakteristik untuk suatu tujuan dari acara tersebut. Tujuan dari acara tersebut adalah memberikan pengetahuan kepada remaja bagaimana membaca al-qur'an yang baik dan benar, serta mengetahui intisari kandungan ayatnya.

Selain perencanaan program acara Indahnya pagi terdapat pula faktor-faktor yang mendukung atau sebagai pelengkap dalam perencanaan program acara Indahnya pagi ini yaitu ide, peralatan, kelompok kerja produksi dan penonton atau *audiens*.

### b) Ide

Ide dalam suatu program acara harus direncanakan dengan baik agar maksud dan tujuan dari suatu program dapat tercapai. Ide dari program acara Indahnya pagi yang dibuat oleh *produser* yaitu karena ada keinginan untuk menambahkan minat kepada remaja dan orang dewasa untuk membaca dan mengkaji Al-Qur'an .

Di acara Indahnya pagi ini, semua kebutuhan khalayak terpenuhi. Dibat empat segmen dalam acara ini yaitu segmen pembacaan ayat Al-Qur'an oleh peserta, segmen intisari kandungan ayat tersebut serta pembahasannya, segmen Tanya jawab oleh penonton di rumah maupun di studio, dan segmen pemberian hadiah kepada pemenang.<sup>9</sup>

Pada segmen pertama yaitu segmen pembacaan ayat Al-Qur'an, peserta membacakan ayat Al-Qur'an yang telah ditentukan oleh pembaca acara/MC.

Segmen kedua yaitu intisari kandungan ayat tersebut serta pembahasannya, pada segmen ini intisari dan pembahasan kandungan ayat yang telah di baca oleh peserta di jelaskan oleh narasumber yang ahli.

Dalam segmen ketiga, pembawa acara/MC mempersilahkan *audiens* di studio dan di rumah untuk bertanya tentang pertanyaan yang telah dibahas oleh narasumber.

Segmen terakhir yaitu segmen pengumuman dan pemberian hadiah kepada peserta yang menjadi juara dalam membaca ayat Al-Qur'an,

Ide yang dibuat *produser* Indahnya pagi, tertuang dalam naskah siaran. Di dalam siaran, naskah tersebut dapat menjadi pedoman terlaksananya acara Indahnya pagi. Selain naskah siaran dalam menentukan suatu ide program acara, juga harus memperhatikan karakteristik penonton dan jenis program. Acara Indahnya pagi ini memiliki karakteristik penonton remaja dan dewasa.

Penulis dapat memahami penjelasan diatas bahwa ide dari suatu program acara yang dibuat oleh seorang *produser* merupakan faktor pendukung yang penting dari suatu perencanaan program dalam mencapai tujuan. Dalam hal ini, acara

---

<sup>9</sup> Wawancara dengan Badriansyah sebagai produser, tanggal 20 juni 2012

Indahnya pagi salah satunya dapat mencerdaskan anak bangsa. Karena acara Indahnya pagi di TVRI merupakan salah satu acara yang dikhususkan bagi remaja dan dewasa yang mempunyai karakteristik tersendiri. Dan penulis menyimpulkan bahwa penentuan ide ini merupakan salah satu faktor pendukung perencanaan yang paling utama dalam suatu program acara.

#### c) Peralatan

Peralatan yang diperlukan untuk suatu acara harus lengkap dan memadai. Peralatan sangat penting untuk jalannya suatu siaran acara. Terkait dengan itu, program acara Indahnya pagi memerlukan peralatan yang lengkap dan memadai untuk siaran. Studio yang akan digunakan untuk *shooting* sudah tersedia. Peralatan seperti *camera* dan *tripod*, *lighting*, audio, dekorasi dan *video camera recorder* sudah ada di dalam studio. Tetapi studio yang ada di stasiun TVRI tidak banyak. Karena hal itu, setiap akan diadakannya siaran, perlu direncanakan waktunya untuk bergantian dengan siaran yang lain.

Peralatan yang ada di TVRI sudah sangat lengkap dan memadai, Hal ini didasari dari pernyataan produser Indahnya Pagi yang menyatakan bahwa,<sup>10</sup>

“ya peralatan di TVRI sudah sangat lengkap, ini kan TVRI, yang sudah ada sejak lama dan sudah berjalan 50 tahun...”

Alat yang ada digunakan sebagaimana fungsinya dan dijalankan oleh *kru* yang sudah ditentukan. *Camera* dan *tripod* berfungsi untuk mengambil gambar saat *shooting* Indahnya pagi berlangsung. *Lighting* berfungsi sebagai alat pencahayaan pada saat *shooting* sedang terlaksana agar hasil suatu program yaitu program

---

<sup>10</sup> Wawancara dengan Badriansyah sebagai Produser, tanggal 20 juni 2012

Indahnya Pagi, lebih baik dan bagus. Audio yang berfungsi merekam semua suara yang ada pada saat *shooting* berlangsung. *Video camera recorder* yang berfungsi sebagai perekam gambar pada saat *shooting* yang kemudian di edit baru dapat ditayangkan.

Untuk pembuatan dekorasi, dibuat oleh Badriansyah sebagai *produder, kru* dan orang yang ahli dalam membuat dekorasi ruangan. Dekorasi yang dibuat harus sesuai dengan acara yang akan disiarkan, dalam hal ini dekorasi untuk program acara Indahnya pagi. Semua dekorasi yang ada, sudah diset di dalam studio secara teratur dan maksimal sebelum *shooting* dimulai. Peralatan keamanan untuk segmen arah lintang juga dipersiapkan sebelum *shooting* dilakukan atau dimulai. Tapi terkadang sering terjadi kendala dalam hal dekorasi ruangan, hal ini didasari dari pernyataan produser Indahnya Pagi bahwa,<sup>11</sup>

“sering juga dekorasi ruangan kurang pas untuk sisi letak dan posisi, bahkan kadang-kadang dekorasi kurang cocok dengan tema program acara, tapi kita sih gak terlalu mempermasalahkan yang penting program acara tersebut berjalan dan hal tersebut dibicarakan ketika evaluasi”

Penulis dapat memahami penjelasan di atas bahwa peralatan yang diperlukan dalam suatu program acara sangat penting dan berguna. Peralatan sebagai pelengkap dari terlaksananya suatu program acara. Untuk itu, diperlukan peralatan yang yang lengkap dan layak digunakan pada saat *shooting* acara berlangsung.

---

<sup>11</sup> Wawancara dengan Badriansyah sebagai Produser, tanggal 20 juni 2012

#### d) Kelompok Kerja Produksi

Dalam suatu program acara, untuk melakukan produksinya diperlukan kelompok kerja produksi. Dalam hal ini, Badriansyah sebagai *produser* Indahnya pagi menentukan *kru* untuk pelaksanaan program acara. Satuan kerja yang menangani seluruh jalannya acara Indahnya pagi sampai hasilnya layak ditayangkan. Untuk itu, diperlukan koordinasi yang baik antar *kru* yang bekerja. Hal ini didasari dari pernyataan produser Indahnya Pagi bahwa,<sup>12</sup>

“hal yang paling terpenting dalam jalannya suatu program ialah Tim produksi, karena kalau tim produksi sejak awal sudah tidak kompak pasti bisa berantakan program acara tersebut, apalagi acara kita live...”

Kelompok kerja produksi acara Indahnya pagi terdiri dari *kru* produksi atau siaran, *kru* fasilitas produksi, *kru* operator teknik, dan *kru engineering*.

Di dalam *kru* produksi atau siaran terdiri dari kepala siaran, *produser*, pengarah acara, penulis naskah, pembawa acara. Masing-masing anggota *kru* produksi menjalankan tugasnya pada saat siaran. Kepala siaran dan *produser* mengawasi jalannya acara agar sesuai dengan maksud dan tujuan serta ide program Indahnya pagi. Pengarah acara Indahnya pagi berfungsi mengarahkan semua bagian acara dari tim atau *kru* produksi yang menjalankan siaran sampai mengarahkan para peserta dan pengisi acara. Penulis naskah menyusun naskah yang akan dibawakan oleh *MC* agar tersusun dengan rapi dan layak dibacakan untuk ditayangkan di suatu acara. Penyiar acara Indahnya pagi berfungsi untuk menyiarkan acara yang dibuat.

---

<sup>12</sup> Wawancara dengan Neneng R sebagai pengarah acara, tanggal 21 juni 2012

Dalam *kru* fasilitas produksi Indahnya pagi terdiri dari *decoration designer*, penata rias dan propertyman. *Decoration designer* bertugas mendekor studio yang akan digunakan untuk *shooting* atau siaran. Penata rias bertugas menata rias bagi pengisi acara siaran atau dalam acara Indahnya pagi adalah *MC*, narasumber, dan peserta di dalam pelaksanaan *shooting* agar terlihat lebih bagus saat siaran. Propertyman bertugas mengurus semua *property* yang akan digunakan dalam *shooting* suatu program acara. Dalam program acara Indahnya pagi, propertyman biasanya adalah seluruh *kru* termasuk *produser* dan pengisi acara.

Dalam *kru* operator teknik program Indahnya pagi terdiri dari *technical director*, *lighting man*, *cameraman*, *audioman*. *Technical director* Indahnya pagi bertugas mengawasi bagian teknik peralatan yang digunakan dala *shooting* acara. *Lighting man* bertugas memegang dan menggunakan alat pencahayaan pada saat *shooting* berlangsung. *Cameraman* bertugas mengambil gambar pada saat *shooting* Indahnya pagi berlangsung. *Audioman* bertugas merekam semua suara yang terjadi dalam *shooting* acara dengan menggunakan alat *audio*.

Selain itu, dalam program Indahnya pagi juga dibentuk *kru engineering* yang terdiri dari pemelihara dan perbaikan, instalator alat komunikasi. *Kru engineering* ini bertugas mengawasi, melihat dan memperbaiki jalannya *shooting* jika terjadi suatu kesalahan. Dengan terbentuknya suatu *kru* program acara Indahnya pagi, setiap akan melakukan *shooting*, perlu diadakan pertemuan atau rapat terlebih dahulu. Seluruh *kru* atau tim kreatifitas sekaligus narasumber, *MC*, pengarah acara, mengadakan rapat sebelum melakukan *shooting*. Membahas apa saja yang akan dilakukan pada saat *shooting*. Peralatan juga dibahas bersama dalam rapat tersebut. Badriansyah sebagai



*produser* Indahnya pagi yang akan memutuskan dari pandangan seluruh *kru* atau tim produksi.

Hal terpenting sekaligus penghambat dari program acara tersebut adalah SDM *kru* yang tidak semuanya orang yang ahli dalam bidangnya, terkadang ada *kru* yang baru bergabung dengan tim produksi bukan dari bidang tersebut. Hal ini didasari dari pernyataan Badriansyah sebagai produser program acara Indahnya Pagi bahwa,<sup>13</sup>

“terkadang masalah yang kami hadapi adalah SDM dalam tim produksi tersebut, kan gak semua yang terlibat faham dengan tugas masing-masing dan biasanya karyawan baru yang basicnya bukan dari produksi siaran, misalnya mantan satpam, dia kan belum mengerti apa saja yang mesti ia kerjakan dan hal itu dapat menghambat jalannya produksi program acara. Jadi *kru* yang lain harus mengajarkan dari awal apa yang harus ia kerjakan sedangkan *kru* tersebut sudah punya kerjaan sendiri...”

Penulis dapat memahami penjelasan di atas bahwa *kru* atau tim dalam sebuah acara, perlu kerjasama yang baik. Selain itu, komunikasi yang baik juga sangat diperlukan untuk kelancaran siaran program. Tanpa adanya kerjasama dan komunikasi yang baik antar *kru*, maka siaran program tidak akan berjalan dengan baik.

#### e) Penonton (*audiens*)

Penonton atau *audiens* merupakan penentu keberhasilan suatu program acara televisi yang disiarkan. Penonton atau *audiens* harus sesuai dengan acara yang akan dibuat. Dalam hal ini, Badriansyah selaku *produser Indahnya Pagi* harus menentukan penonton atau *audiens* sebagai sasaran utama. Penonton atau *audiens* adalah

---

<sup>13</sup> Wawancara dengan Badriansyah sebagai Produser, tanggal 20 juni 2012

termasuk salah satu perencanaan program yang paling utama atau penting. Jika tidak adanya sasaran penonton atau *audiens* dalam suatu acara, maka acara tersebut tidak berhasil.

*Audiens* sangat menentukan bagi suatu program acara. Hal ini sesuai dengan pernyataan pengarah acara program *Indahnya Pagi* bahwa,<sup>14</sup>

“jelas sekali, bahwa audiens sangat berperan penting dalam kelangsungan jalannya program tersebut. Kalau gak ada penonton terus buat apa program acara itu di buat, ya nanti sia-sia aja dong”

Dalam acara *Indahnya pagi*, setiap segmen harus menarik perhatian *audiens*. *Audiens* dalam memilih program acara yang akan ditontonnya pasti memiliki alasan tersendiri. Untuk itu program *Indahnya pagi* memilih penonton atau *audiens* untuk remaja dan orang dewasa sesuai dengan maksud dan tujuan dibentuknya acara tersebut.

Penulis dapat memahami penjelasan di atas bahwa penonton atau *audiens* adalah salah satu dari faktor pendukung perencanaan program yang paling utama atau yang paling penting. Penonton atau *audiens* adalah penentu dari keberhasilan suatu program acara. Tanpa adanya penentuan penonton atau *audiens* yang jelas dan sesuai, maka suatu program acara tidak akan berjalan.

Berdasarkan hasil keseluruhan observasi yang dilakukan penulis dalam penelitian ini penulis dapat mengetahui bahwa pentingnya perencanaan program dalam suatu acara untuk tercapainya tujuan acara. Selain itu, kebutuhan khalayak adalah penentu dari sebuah perencanaan program acara. Untuk itu, dalam membuat suatu program acara harus memenuhi kebutuhan khalayak.

---

<sup>14</sup> Wawancara dengan Neneng R sebagai pengarah acara, tanggal 21 juni 2012

f) Biaya Produksi.

Biaya produksi yang masuk hanya dari subsidi pemerintah saja karena masuk dalam APBN. Hal ini didasari dari pernyataan produser Indahnya Pagi yang menyatakan bahwa,<sup>15</sup>

“wah kalau masalah biaya sih tidak ada masalah, karena TVRI milik pemerintah dan kalau ada biaya terkait program acara, masing-masing manager produksi tinggal meminta karena memang sudah ada anggarannya dan masuk dalam APBN...”

Peneliti menyimpulkan bahwa untuk masalah biaya operasional produksi acara-acara yang ada sangat di manjakan oleh pemerintah, dengan di lihat dari pernyataan Badriansyah.

Walaupun biaya produksi tidak terjadi kendala, tapi terjadi kendala di faktor internal, yaitu pencairan dana administrasi untuk menjalankan program acara tersebut, hal ini didasari dari pernyataan produser Indahnya Pagi yang menyatakan bahwa,<sup>16</sup>

“walaupun dana untuk produksi acara tidak ada masalah, namun ada faktor penghambat, yaitu bagian administrasi yang kadang-kadang agak terlambat untuk pencairan dana produksi. Namun hal itu tidak terlalu menjadi masalah dalam setiap memproduksi program karena dana itu sudah jelas ada dan memang sudah di anggarkan ke setiap program-program acara, kendalanya hanya di bagian administrasi saja dan itu tidak menjadi masalah”

Peneliti menyimpulkan dari pernyataan di atas bahwa walaupun biaya produksi sudah ada anggaran dari manager produksi yang langsung dari pemerintah, tapi ada hal-hal yang bisa saja menghambat jalannya program acara tersebut.

---

<sup>15</sup> Wawancara dengan Badriansyah sebagai Produser, tanggal 20 juni 2012

<sup>16</sup> Wawancara dengan Badriansyah sebagai Produser, tanggal 20 juni 2012

## 2. Produksi

Setelah proses perencanaan program selesai dilaksanakan, tahap selanjutnya yaitu proses produksi. Proses produksi televisi di mulai dari :

### a) Materi Program acara

Materi program *Indahnya Pagi* tidak hanya dibahas dalam lingkup internal saja tetapi materi juga dibuat dalam lingkup eksternal melalui survey kepada target audiens, dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan terkait penentuan materi program acara tersebut. Hal ini di dasari dari pernyataan Neneng R sebagai pengarah acara bahwa,<sup>17</sup>

“kalau materi produksi ditentukan melalui 2 faktor yaitu melalui penentuan materi internal yaitu rapat yang dilakukan oleh bagian produksi dan penentuan materi eksternal itu melalui survey yang dilakukan tim produksi, bisa ke sekolah-sekolah, kampus-kampus, organisasi dan komunitas-komunitas.....”

Materi dakwah program acara *Indahnya Pagi* adalah berupa lomba pembacaan ayat suci Al-Qur'an yang dibaca secara continuous yang dibacakan oleh peserta yang diundang, kemudian setelah pembacaan ayat suci Al-Qur'an dilanjutkan intisari kandungan ayat tersebut oleh nara sumber.

### b) Narasumber

Narasumber sebagai informasi terkait materi produksi harus sesuai dengan bidangnya dan menyampaikan materi produksi yang telah ditentukan oleh pihak produksi. Dan narasumber di pilih melalui lembaga-lembaga seperti MUI, NU,

---

<sup>17</sup> Wawancara dengan Neneng R sebagai pengarah acara, tanggal 21 juni 2012

Muhammadiyah, lembaga UIN, dan lain-lain. Hal ini didasari dari pernyataan Badriansyah sebagai produser *Indahnya Pagi* bahwa,<sup>18</sup>

“ya kalau penentuan narasumber dari program acara *indahnya pagi* kami ngambil dari bidang-bidang yang terkait dengan materi program tersebut, misalnya dari MUI, lembaga UIN, NU, Muhammadiyah dan terkadang dari Departemen Agama....”

Peneliti menyimpulkan bahwa narasumber harus dalam bidang terkait dengan materi dan juga dengan ketentuan pihak produksi. Sehingga program acara tersebut dapat berjalan dengan lancar dan juga materi yang diberikan narasumber dapat dipahami oleh audiens.

#### c) Sarana dan Prasarana

Sarana dan Prasarana adalah bagian penting dalam kelangsungan program acara, karena sarana dan prasarana merupakan penyambung antara program dan audiens di studio maupun audiens yang ada di rumah.

Sarana dan prasarana yang di miliki TVRI sangatlah lengkap, seperti kamera video, pencahayaan ruangan, pemancar siaran, microphone, dan lain-lain. Hal itu sangat berperan penting dalam produksi program acara *Indahnya Pagi*.

#### d) *Kru* Pelaksana Produksi

Dalam program *Indahnya Pagi* tidak semua terlibat, karena proses siaran televisi agak sulit maka rapat sebelum produksi harus mengumpulkan pihak-pihak yang menjadi kepala dalam setiap bidangnya agar materi dan semua keperluan dalam produksi acara mendapatkan hasil yang baik. Dan pihak yang terlibat dalam hal produksi *Indahnya Pagi* yaitu :

---

<sup>18</sup> Wawancara dengan Badriansyah sebagai Produser, tanggal 20 juni 2012

1) Produser Acara Indahnya Pagi yaitu Badriansyah

Beliau yang mengarahkan kepada semua bawahannya agar program acara Indahnya Pagi berjalan dengan baik, dan beliau bertanggung jawab atas program acara Indahnya Pagi dan ke semua *kru* yang bertugas. Dan beliau bertanggung jawab kepada Manager Produksi terkait program acara Indahnya Pagi.

2) Pengarah Acara Indahnya Pagi yaitu Neneng S

Beliaulah orang yang mengarahkan kepada MC, narasumber, peserta bagaimana alur berjalannya program acara Indahnya pagi, agar mendapatkan hasil yang baik. Dan beliau bertanggung jawab kepada produser terkait program acara Indahnya Pagi.

3) Unit Manager acara Indahnya Pagi yaitu Tiambun S

Beliau bertanggung jawab atas berlangsungnya acara Indahnya Pagi dan bertanggung jawab kepada seluruh teknisi karena beliau yang menjadi kepala untuk pengadaan fasilitas acara tersebut, dan beliau bertanggung jawab kepada pengarah acara dan Produser.

### **3. Paska produksi**

a) Evaluasi

Salah satu bagian terpenting dalam suatu program yang tidak mungkin ditinggalkan adalah evaluasi program, dari evaluasi ini dapat diketahui seberapa besar keberhasilan program tersebut.

Dalam program acara Indahnya Pagi evaluasi program di bagi menjadi dua bentuk evaluasi, evaluasi intern dan ekstern. Evaluasi intern terkait dengan masalah

yang terjadi di dalam studio. Misalnya seperti ketika microphone mati dan lampu pencahayaan kurang menyorot, MC yang kurang interaktif kepada audiens. Evaluasi ekstern terkait dengan masalah yang terjadi di luar studio. Misalnya pemirsa televisi mengeluh dikarenakan gambar tayangan acara tersebut rusak, suaranya tidak ada, dan lain-lain.

Hal ini didasari pernyataan Badriansyah selaku produser acara Indahnya Pagi bahwa,

“kalau evaluasi program acara indahnya pagi kami membagi dua bentuk evaluasi. Yang pertama evaluasi intern dan ekstern, kalau intern biasanya sih terkait dengan permasalahan di dalam studio, misalnya microphone tiba-tiba rusak atau mati kemudian bisa juga tiba-tiba pencahayaan sebagian ruangan mati dan bisa juga terkait materi yang diberikan oleh tim produksi agak melenceng dari jalurnya. Kalo ekstern biasanya pemirsa yang suka mengeluh karena suaranya kok tiba-tiba hilang atau gambarnya rusak untuk di daerahnya, hal tersebut bisa juga karena cuaca dan hal itu diluar perkiraan tim..”

Penulis memberi kesimpulan dari pernyataan di atas evaluasi sebagai langkah penting dalam proses perencanaan program acara karena evaluasi menjadi sudut pandang keberhasilan suatu program acara yang telah berjalan

#### **D. Analisis SWOT Perencanaan Program Dakwah Indahnya Pagi**

Tabel III Analisis SWOT

<b>Program Indahnya Pagi</b>	
<b>SWOT</b>	
<b>Kekuatan</b>	<b>Kelemahan</b>
1. TVRI memiliki dana yang diberikan	1. SDM yang kurang memadai

<p>langsung oleh pemerintah dan masuk dalam APBN</p> <p>2. prasarana dalam produksi sudah lengkap.</p> <p>3. Program acara indahya pagi berbeda dengan program acara dakwah televisi lain</p>	<p>2. Kualitas SDM yang minim dalam bidangnya</p>
Peluang	Ancaman
<p>1. Format acara yang <i>fresh</i> dan program indahya pagi menjadi pecetus pertama menggunakan format acara tersebut kemudian dapat dijadikan acuan untuk televisi lain</p>	<p>1. Cuaca yang tidak dapat diperhitungkan</p>

Setelah melakukan penelitian pada program “Indahnya Pagi” yang tayang di TVRI, peneliti akan melakukan analisis SWOT terhadap Program “Indahnya Pagi”. Setiap program memiliki kekuatan dan adanya kelemahan yang berasal dari dalam dan peluang serta ancaman yang datang dari luar. Pada program “Indahnya Pagi” terdapat kekuatan (*Strengths*) dari dalam program ini adalah terdapat pada Dana yang di subsidi oleh Pemerintah, dengan dilihat dari pernyataan produser acara Indahnya Pagi bahwa,<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Wawancara dengan Badriansyah sebagai Produser, tanggal 20 juni 2012



“wah kalau masalah biaya sih tidak ada masalah, karena TVRI milik pemerintah dan kalau ada biaya terkait program acara, masing-masing manager produksi tinggal meminta karena memang sudah ada anggarannya dan masuk dalam APBN...”

Kemudian kekuatan dari program acara “Indahnya Pagi” ialah memiliki ciri berbeda dengan program dakwah di televisi lain yaitu berupa acara lomba membaca Al-Qur’an dan intisari kandungan ayat.

Adapun kelemahan (*Weaknesses*) yang dimiliki oleh program “indahnya pagi” yaitu dari sisi *SDM* yang tidak dalam bidangnya, dan hal itu membuat *kru* produksi sedikit kewalahan karena harus memberitahu dan mengajarkan apa yang harus mereka kerjakan, dengan dilihat dari pernyataan produser acara Indahnya Pagi bahwa,<sup>20</sup>

“terkadang masalah yang kami hadapi adalah *SDM* dalam tim produksi tersebut, kan gak semua yang terlibat faham dengan tugas masing-masing dan biasanya karyawan baru yang basicnya bukan dari produksi siaran, misalnya mantan satpam, dia kan belum mengerti apa saja yang mesti ia kerjakan dan hal itu dapat menghambat jalannya produksi program acara. Jadi *kru* yang lain harus mengajarkan dari awal apa yang harus ia kerjakan sedangkan *kru* tersebut sudah punya kerjaan sendiri...”

Penulis member kesimpulan dari pernyataan di atas bahwa sebuah proses perencanaan program harus seimbang di semua kebutuhan produksi karena jika salah satu memiliki kekurangan maka dapat menyebabkan terhambatnya suatu produksi acara

---

<sup>20</sup>Wawancara dengan Badriansyah sebagai Produser, tanggal 20 juni 2012

Program “Indahnya Pagi” memiliki peluang (*Opportunities*) yang besar untuk tetap *eksist*, yaitu melalui ide yang *fresh* dan format program acara tersebut belum ada yang menggunakan di stasiun televisi lain. Oleh sebab itu peneliti melihat bahwa program “Indahnya Pagi” layak untuk menjadi acuan kepada televisi lain. Selain itu melalui hasil wawancara dengan Produser “Indahnya Pagi”, beliau ingin program acara ini menjadi pencetus tayangan dengan format baru.

Ancaman (*Threats*) untuk program “Indahnya pagi” adalah faktor ekstern yaitu pesan yang tidak sampai kepada pemirsa dirumah dikarenakan faktor alat yang kemungkinan rusak dan gangguan dari pemancar yang tidak dapat tertangkap oleh televisi pemirsa, dengan dilihat dari pernyataan produser acara Indahnya Pagi bahwa,<sup>21</sup>

“.....Kalo ekstern biasanya pemirsa yang suka mengeluh karena suaranya kok tiba-tiba hilang atau gambarnya rusak untuk di daerahnya, hal tersebut bisa juga karena cuaca dan hal itu diluar perkiraan tim..”

Peneliti memberi kesimpulan dari pernyataan di atas bahwa ancaman terhadap kelangsungan suatu program acara tidak hanya berasal dari persaingan antar televisi untuk menyajikan program acara yang menarik, tapi hal kecil yang seharusnya tidak menghambat jalannya suatu program menjadi ancaman yang mengakibatkan program tersebut bisa gagal dan audiens pun akan merasa kurang tertarik terhadap acara yang disajikan.

---

<sup>21</sup> Wawancara dengan Badriansyah sebagai Produser, tanggal 20 juni 2012

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bagian akhir dari pembahasan ini, penulis mengambil sebuah kongklusi yang diperoleh berdasarkan analisis yang disesuaikan dengan tujuan pembahasan skripsi ini. Penulis juga memberikan saran-saran yang dirasa relevan dan perlu, dengan harapan dapat menjadi sebuah kontribusi pikiran yang berharga bagi pertelevisian.

#### **A. KESIMPULAN**

Penelitian proses perencanaan program dakwah di TVRI yang difokuskan dalam program acara Indahnya Pagi menggunakan metode kualitatif deskriptif dan teori perencanaan program untuk mengetahui bagaimana proses program Indahnya Pagi, kemudian untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan penghambat jalannya program acara tersebut peneliti menganalisis data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan analisis SWOT. Penulis berusaha memberikan kesimpulan dari data yang didapat dan dikumpulkan kemudian dianalisa menggunakan teknik analisis data mengenai penelitian tersebut, yaitu meliputi beberapa hal sebagai berikut ini :

Landasan dari produksi program Indahnya Pagi adalah sebagai suatu program dakwah TVRI dengan tujuan memberikan pengetahuan kepada remaja dan orang dewasa bagaimana membaca Al-Qur'an yang baik dan benar, serta mengetahui intisari kandungan ayat tersebut dan diimplementasikan di kehidupan masa kini.

Proses perencanaan produksi program acara Indahnya Pagi dimulai dari pencarian ide oleh tim Produksi. Lalu membuat format dan pemilihan materi kemudian menyusun anggaran biaya produksi. Kemudian tim produksi Mencari narasumber yang berkualitas sesuai dengan bidang program Indahnya Pagi yaitu program siaran dakwah dengan format lomba membaca Al-Qur'an. Dan membuat tim kerja produksi untuk mempersiapkan perlengkapan dan kebutuhan untuk berjalannya program acara tersebut

Pada saat produksi pemilihan materi tidak hanya berasal dari narasumber saja akan tetapi pemilihan materi didapat melalui survey kepada audiens dan pada saat berjalannya acara narasumber memberikan penjelasan terkait ayat yang dibacakan oleh peserta dan tim produksi hanya memantau bagaimana jalannya program siaran tersebut. Pada saat evaluasi tim membahas faktor apa saja yang menjadi penghambat dari program tersebut, dan terdapat 2 faktor penghambat, yaitu intern dan ekstern. Penghambat Intern terkait dengan permasalahan di dalam studio dan penghambat ekstern yaitu faktor di luar studio.

Program Indahnya Pagi memiliki peranan mencerdaskan anak bangsa dengan visi misi yang baik kemudian memiliki Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), Threats (ancaman) dalam program acara program acara Indahnya Pagi.

Pada kekuatan (*Strengths*) dari dalam program ini adalah terdapat pada Dana yang di subsidi oleh Pemerintah, kemudian kelemahan (*Weaknesses*) yang dimiliki oleh program “indahnya pagi” yaitu dari sisi *SDM* yang tidak memadai dan tidak dalam bidangnya, kemudian Program “Indahnya Pagi” memiliki peluang

(*Opportunities*) yang besar untuk tetap *eksist*, yaitu melalui ide yang *fresh* dan format program acara tersebut belum ada yang menggunakan di stasiun televisi lain, dan ancaman (*Threats*) untuk program “Indahnya pagi” adalah faktor ekstern yaitu pesan yang tidak sampai kepada pemirsa dirumah dikarenakan faktor alat yang kemungkinan rusak dan gangguan dari pemancar yang tidak dapat tertangkap oleh televisi pemirsa.

#### **A. SARAN**

Program acara Indahnya Pagi adalah program yang baru mengudara pada bulan Juni 2012, akan tetapi program Indahnya Pagi bisa disebut sebagai pencetus program lomba membaca Al-Qur'an pertama dan belum ada yang menggunakan format acara seperti itu di televisi yang lain. Namun alangkah baiknya lagi jika TVRI mempertahankan program acara tersebut karena format acara tersebut sangat menarik dan dapat membangun generasi muda bangsa menjadi kearah yang lebih baik dan dapat menjadi acuan oleh televisi-televisi lain untuk ikut serta mengembangkan budaya membaca Al-Qur'an.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Arbi, Armawati. *Dakwah dan Komunikasi*, (UIN Jakarta press)
- Ardianto, Elvinaro. dan Lukiati Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung : Rosdakarya, 2004)
- Arifin, H.M. *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1991)
- Bungin, Burhan. *sosiologi komunikasi teori, paradigm, dan diskursus teknologi komunikasi di masyarakat*, (Jakarta : kencana, 2006)
- Cangara, Hafied. *pengantar ilmu komunikasi*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2003)
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu, Teori & Filsafat Komunika*s, (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti 1993)
- Effendy, Onong Uchjana. *Televisi Siaran Teori Dan Praktek*, (Bandung : CV. Mandar Maju, 1993)
- Enjang dan Aliyudin. *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung : Widya Padjadjaran , 2009)
- Ghazali, M. Bakhti. *Dakwah Komunikatif : Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah* ( Jakarta : CV. Pedoman Ilmu Jaya, 1997)
- Hamidi. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*, (Malang: UMM Press, 2007)
- Hasan, Alwi, *et. al.* *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka, 2005)
- Ismail, Ilyas. *Paradigma Dakwah Sayyid Qutub: Rekonstruksi Dakwah Harakah*, (Jakarta: Penamadani, 2006)
- Kriyantono, Rakhmat. *Teknik Prkatis Riset Komunikasi*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008)

- Kusnawan, Aep. *Komunikasi Penyiaran Islam* (Bandung: Benang Merah Press, 2004)
- Morissan, M.A. *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2008)
- Muhiddan, Asep. *Dakwah Dalam Perspektif Alqur'an*, (Bandung : CV Pustaka Setia, 2002)
- Mulyana, Dedy. *metode penelitian kualitatif*, (Bandung : Rosdakarya, 2002)
- Nasution S. *metode penelitian kualitatif*, (Bandung : Tarsito, 1992)
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta : Rajagrafindo Persada) 2007
- Peter Herford. *So You Want To Run A Tv Station*, (Media Development Loan Fund: 2000)
- Peter K. Pringle, *el. Al. Electronic Media Management*, (London: Focal Press, 1991)
- Qardhawi, Yusuf . *Tsaqafat al-Da'iyah* (Beirut: al-Mu'assasah al-Risalah, 1979)
- Rakhmat, Jalaludin. *psikologi komunikasi*, (Bandung : Rosdakarya, 2003)
- Save M.Dagun. *Kamus Besar Lima Pengetahuan*, (Jakarta: Lembaga Kebudayaan Nusantara, TT)
- Siregar, Ashadi. *Menyingkap Media Penyiaran; membaca televisi melihat radio*, (Yogyakarta : LP3Y Yogyakarta, 2001)
- Soehartono, Irawan. *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung : Rosdakarya, 2004)
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010)
- Surbakti. *awas tayangan televisi*, (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2008)
- Wahyudi, J.B. *Teknologi Informasi dan Produksi Citra Bergerak* (Jakarta: PT. Gramedia Linta Inti Nusantara, 2001)
- Wibowo, Fred. *Dasar-Dasar Produksi Program Televisi* (Jakarta: PT. Grasindo, 1997)
- Wiryanto. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, ( Jakarta : Grasindo, 2004)

**B. Database Internet**

<http://www.tvri.baliserve.com/home/home.php?mod=content&printer=1&id=15#visimisi>